ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

El Analfabetismo en zonas rurales del Perú "Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje"

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO PUBLICITARIO

PRESENTADA POR

Crisley Karelys Solis Atanacio
DNI: 75650732, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú
ORCID: 0009-0001-6908-7277

JURADO

Saavedra Saavedra Martín Alberto

Guzmán Salinas Hector Santiago

Vasquez Janampa Hristo Joel

Lima, enero 2025

Informe-0000023363-SOLIS.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

12% Fuentes de Internet
3% Publicaciones
12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico este proyecto, que representa tanto esfuerzo y tiempo, principalmente a mi familia. Ustedes son la razón por la que hoy estoy aquí cumpliendo esta meta. Gracias por creer en mí desde el primer día, especialmente en esos momentos donde yo mismo dudaba de mi capacidad; su confianza fue la que me dio el empujón que necesitaba para no rendirme.

Gracias por cada sacrificio que han hecho para que yo pudiera concentrarme en mis estudios, por su paciencia infinita y por estar siempre ahí, dándome ánimos y recordándome que todo el trabajo duro valdría la pena. Este logro no es solo mío, es un triunfo de todos nosotros, y se los dedico con todo mi cariño por ser mi apoyo más grande y mi motivación diaria para ser una mejor persona.

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a todas las personas que, de una forma u otra, me dieron una mano para que este informe de proyecto saliera adelante.

En primer lugar, agradezco sinceramente a mis profesores. Gracias por compartir conmigo sus conocimientos y por tener la disposición de guiarme en cada etapa de este trabajo. Valoro mucho la paciencia que tuvieron para resolver mis dudas y el nivel de exigencia que me impusieron, ya que eso me obligó a superarme y a entregar un resultado del que hoy me siento orgulloso. Sus consejos y su experiencia fueron fundamentales para darle forma a este proyecto y para mi formación profesional.

También agradezco a la institución y a mis compañeros de clase, con quienes compartí este camino de aprendizaje. A todos los que me brindaron un consejo, una palabra de aliento o simplemente su tiempo para escuchar mis ideas: muchas gracias por ayudarme a concluir con éxito este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 1

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 3

II. Descripción de la innovación 6

2.1 Planteamiento del Problema 6

2.2 Población beneficiaria 8

2.3 Objetivo(s) del proyecto 9

2.4 Marco referencial 10

2.5 Proceso creativo y experimentos 13

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 13

2.5.2 Información sobre el Mercado 18

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 24

2.5.4 Diseño de producto/servicio 28

2.5.5 Modelo de Negocio 29

2.5.6 Resultados esperados 31

2.5.7 Prototipos desarrollados 32

2.5.8 Experimentos 37

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 41

III. Estimación de costos 43

3.1 Presupuesto 43

IV. Conclusiones y recomendaciones 51

4.1 Conclusiones 51

4.2 Recomendaciones 53

V. Referencias Bibliográficas 54

VI. Anexos 56

6.1 Anexo 1 - Encuesta 56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1..... *20*

Tabla 2..... *45*

Tabla 3..... *46*

Tabla 4..... *47*

Tabla 5..... *48*

Tabla 6..... *49*

Tabla 7..... *50*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ..... *3*

Figura 2 ..... *5*

Figura 3. ..... *5*

Figura 4. ..... *6*

Figura 5. ..... *7*

Figura 6. ..... *8*

Figura 7. ..... *14*

Figura 8. ..... *14*

Figura 9. ..... *16*

Figura 10. ..... *17*

Figura 11. ..... *21*

Figura 12. ..... *24*

Figura 13. ..... *26*

Figura 14. ..... *27*

Figura 15. ..... *30*

Figura 16. ..... *32*

Figura 17. ..... *33*

Figura 18. ..... *34*

Figura 19. ..... *35*

Figura 20. ..... *36*

Figura 21. ..... *37*

Figura 22. ..... *39*

Figura 23. ..... *40*

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

El analfabetismo en zonas rurales del Perú “Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje”

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación, El alfabetismo en zonas rurales del Perú, Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje, se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de enseñanza junto con el comercio y se busca disminuir la alta tasa de analfabetismo y la brecha educativa en comunidades rurales con acceso limitado a infraestructura digital, teniendo como población beneficiaria a personas mayores de 15 años en comunidades rurales, que no han tenido acceso oportuno a la educación básica.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una aplicación que no necesita internet y está diseñada para las personas analfabetas que habitan en las zonas rurales del Perú, se trata de una app llamado “Aprendo con mi personaje” que contiene cuatro niveles de aprendizaje educativo, al iniciar el usuario crea su propio personaje y va avanzando por cada uno de los niveles con el acompañamiento de un profesor, al finalizar

los cuatro niveles puedes elegir participar en uno de los talleres prácticos que ofrecemos: Costurería, pintura o agricultura sostenible, también contamos con libro físicos de apoyo que son un material complementario a cada nivel de la aplicación. Triple balance en lo social, reducir el analfabetismo y promover la inclusión educativa y el fortalecimiento de capacidades. En lo económico, se financia mediante un modelo dual, el patrocinio corporativo de empresas que quieren vincular su marca a una causa social de alto impacto y generando ingresos con la venta de los libros en las tiendas Tambo+. Y por lo ambiental al usar una aplicación que no necesita internet, reducimos la dependencia de una infraestructura de red pesada. Y en el campo, impulsamos técnicas agrícolas que son amigables con el medio ambiente.

Para la experimentación se diseñaron prototipos visuales de cómo se vería la app "Aprendo con mi personaje" (con el diseño de los 4 niveles y la creación del personaje) y las portadas de los libros de apoyo que complementan a la app para, lo cual nos sirvió para mostrárselos a los encuestados y entrevistados y ver si el diseño les gustaba, si los temas eran claros, y también para enseñárseles a los potenciales patrocinadores y ver si la idea les parecía seria y atractiva. Los resultados de los testeos (encuestas y entrevistas) fueron sumamente positivos. La gente aprobó la idea de que la app funcione sin internet, la combinación de los libros junto con la app es un buen método de enseñanza y también la figura del profesor facilitador fue considerada indispensable, asegurando que el apoyo humano es vital.

Se concluye que la solución propuesta es la estrategia correcta para atacar el analfabetismo rural. Los experimentos demostraron que el modelo TAMBO + EDUCA es altamente viable y necesario (con un 95% de aceptación de su enfoque offline y un 95% de utilidad del apoyo del profesor). El hallazgo principal es que el concepto funciona perfectamente, pero la experiencia de usuario debe ser optimizada para el público adulto. Por lo tanto, se recomienda, Enfocarse en la corrección inmediata del diseño del personaje y la

integración de la auto-guía dentro de la App. Este paso de mejora es indispensable antes de pasar a la fase de escalamiento y garantizar que la inversión sea exitosa."

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

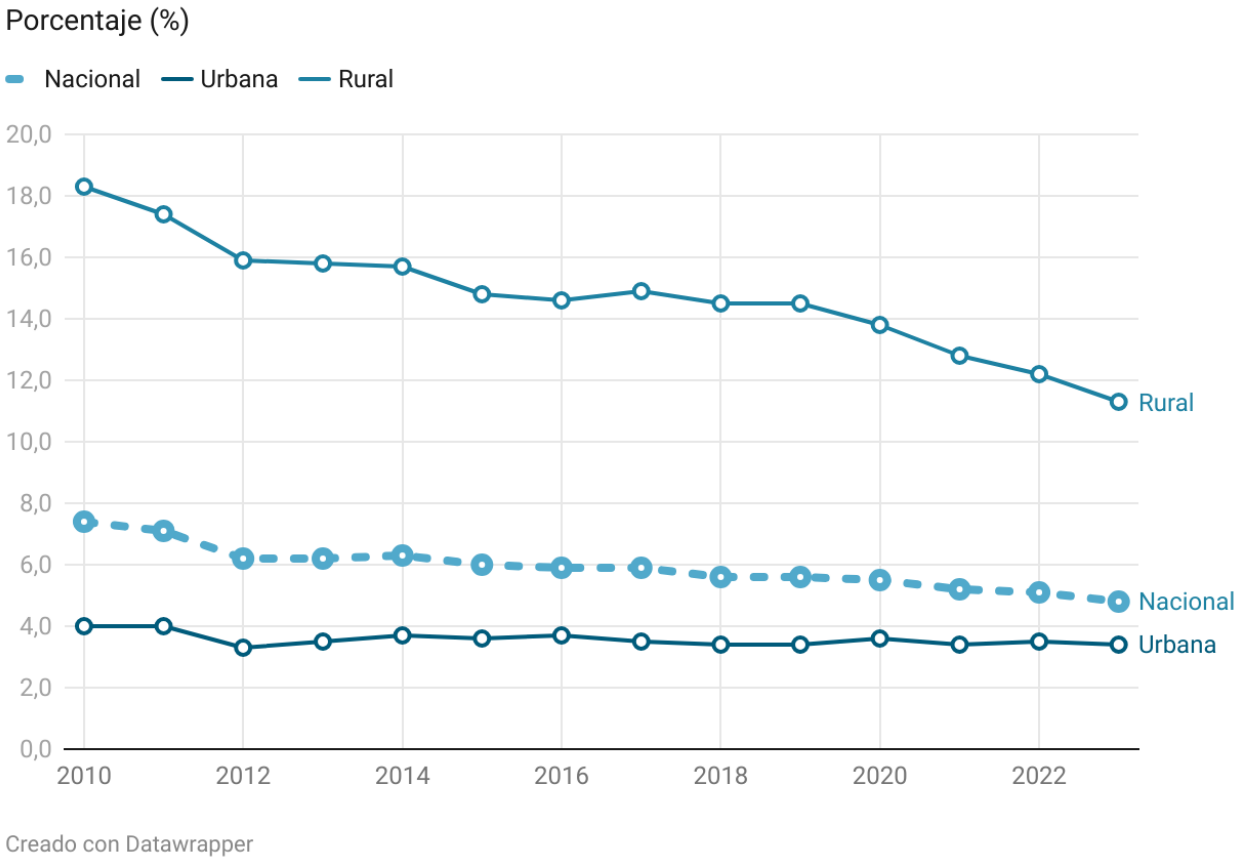
El analfabetismo se refiere a la condición de aquellos individuos que carecen de la habilidad esencial para leer y escribir, una situación que se magnifica en naciones con bajos recursos. Esta limitación impacta seriamente el desarrollo cognitivo, restringe el progreso personal y profesional, y obstaculiza las oportunidades de crecimiento económico y social de las personas afectadas.

Asimismo, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, o en sus siglas INEI, se considera analfabeta a una persona cuando tiene 15 años a más y no sabe leer ni escribir (INEI, 2018). Además, el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico con sus siglas CEPLAN, realizo un descenso en el que indican que entre los años 2010 y 2023, el Perú logró reducir significativamente la tasa de analfabetismo en la población de 15 años o más, disminuyendo del 7,4 % en 2010 a un 4,8 % en 2023. Por otro lado, en el área urbana pasó de un 4,0 % de analfabetismo a un 3,4 %, y la zona rural pasó del 18,3 % en 2010 a un 11,3 % en 2023 (CEPLAN, 2023).

Como podemos ver en la Figura 1, se reflejaron tanto en áreas urbanas como rurales, siendo la zona rural la que continúa presentando la tasa más alta, pese a reportar mejoras**.**

Figura 1.

Tasa de analfabetismo de la población de 15 y más años en zona nacional, urbana y rural en el año 2021 y 2023.



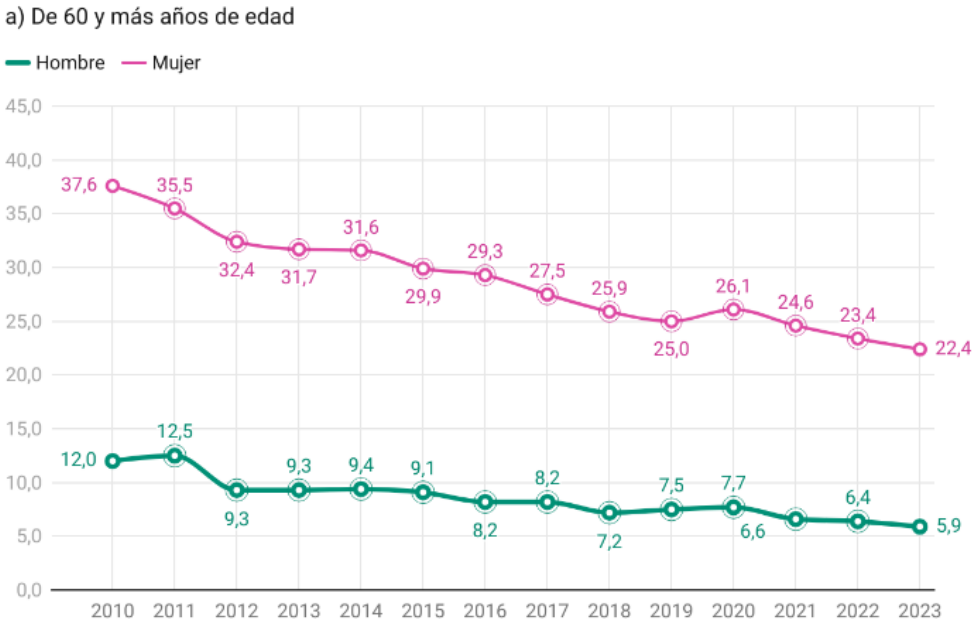
Nota. Tomado de "Descenso de la analfabetización", por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2025 (https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t86).

CEPLAN & el INEI (2023) indica que en los grupos de 15 a 19 años y de 60 años en adelante, las mujeres registran un mayor porcentaje de analfabetismo comparado con los hombres. Además, en el período 2010 a 2023, el grupo de mujeres de 15 a 19 años analfabetas pasó de un 1,7 % a un 0,5 % mientras los hombres pasaron de un 1,1 % a un 0,6 %.

Sin embargo, en el grupo de mujeres con edades superiores a los 60 años disminuyeron el porcentaje de analfabetismo de un 37,6 % en 2010 a un 22,4 % en 2022. A diferencia de los hombres que alcanzaron un incremento de la tasa en un 12,0 % a un 5,9 %. Cabe reconocer que, en este último grupo etario, en ambos sexos, la tendencia fue descendente, siendo mayor la caída en la mujer.

Figura 2

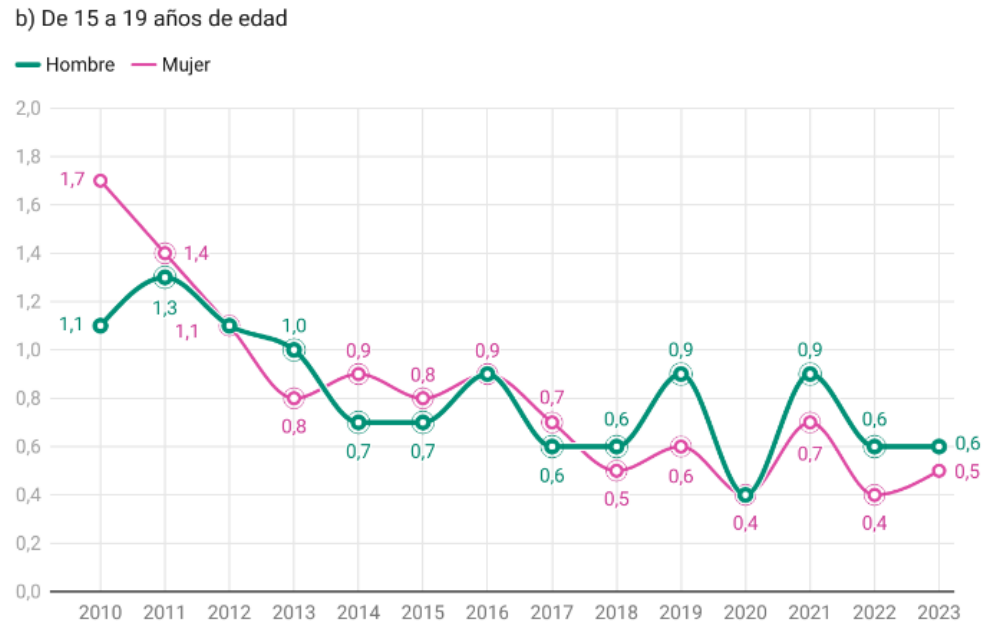
Tasa de analfabetismo de la población de 60 a más años según sexo 2010 a 2013



Nota. Tomado de "Descenso de la analfabetización", por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2025 (https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t86).

Figura 3.

Tasa de analfabetismo de la población de 15 y 19 años según sexo 2010-2023

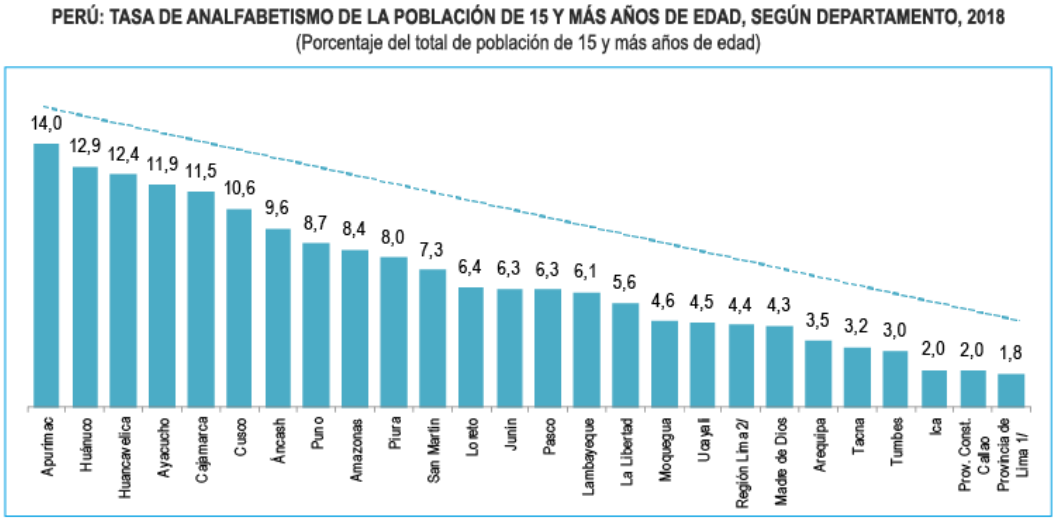


Nota. Tomado de "Descenso de la analfabetización", por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2025 (https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t86).

De acuerdo, con el INEI la región de Apurímac registra la mayor tasa de analfabetismo, con (14,0%), seguido por Huánuco (12,9%), Huancavelica (12,4%), Ayacucho (11,9%) Cajamarca (11,5%), Cusco (10.6%) y Ancash (9,6%). Por el contrario, se observa una realidad distinta en las zonas costeras; por ejemplo, los departamentos con menor tasa son la provincia de Lima (1,8%), así como la Provincia Constitucional del Callao e Ica (2,0% en cada caso). En consecuencia, se puede afirmar que en estos últimos territorios prácticamente se ha erradicado este problema." (INEI, 2018, p. 137).

Figura 4.

Tasa de analfabetismo de la población de 15 y 19 años según departamento, 2018.



Nota. Tomado de "Tasa de analfabetismo", por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1680/cap06.pdf).

II. Descripción de la innovación

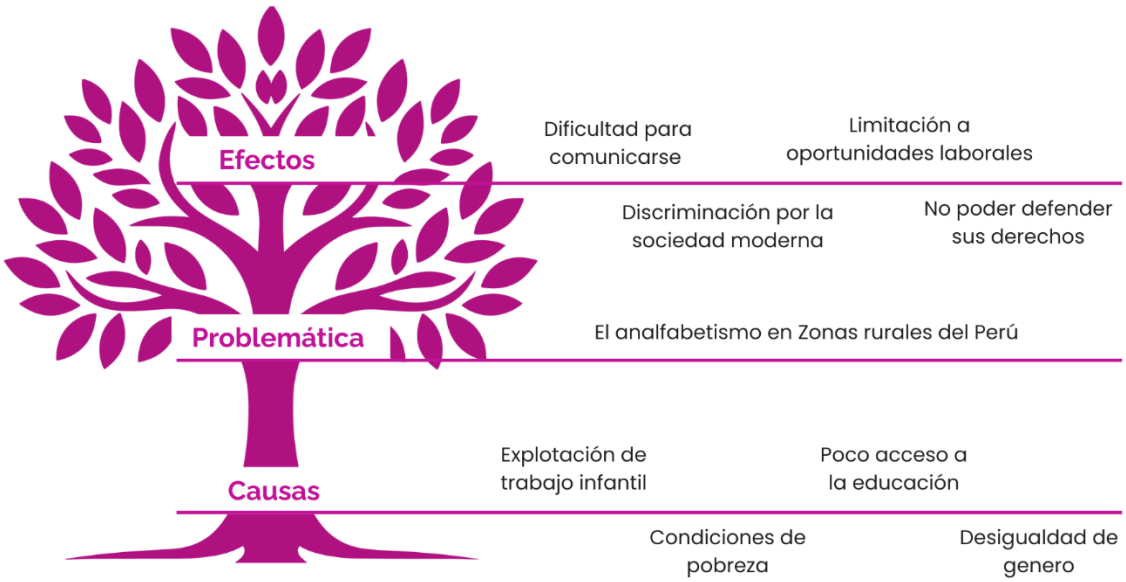
2.1 Planteamiento del Problema

"El problema del analfabetismo en las áreas rurales peruanas está profundamente arraigado en factores socioeconómicos, puesto que la pobreza familiar impulsa la necesidad del trabajo infantil y, por consiguiente, la deserción escolar. Asimismo, la persistente desigualdad de género agrava esta situación, afectando desproporcionadamente a las mujeres.

En consecuencia, las personas analfabetas enfrentan la limitación de oportunidades laborales, lo cual constituye, en definitiva, un obstáculo para comprender y ejercer sus derechos ciudadanos" (INEI, 2023 & UNESCO, 2021).

Figura 5.

Árbol de análisis del problema.



Debido a que el analfabetismo es un fenómeno multidimensional, esta problemática se encuentra vinculada con diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En primer lugar, se relaciona directamente con el ODS 4: Educación de calidad, el cual busca garantizar una formación inclusiva y equitativa para promover oportunidades de aprendizaje permanente. Asimismo, esta situación se asocia con el ODS 1: Fin de la pobreza, puesto que la falta de educación restringe la posibilidad de acceder a empleos dignos y bien remunerados. Por otro lado, el analfabetismo está vinculado con el ODS 10: Reducción de las desigualdades, ya que la carencia de alfabetización se convierte en una barrera estructural. En definitiva, esta condición impide que los ciudadanos rurales accedan plenamente a los derechos, servicios básicos y participación política que sí poseen los habitantes de zonas urbanas.

2.2 Población beneficiaria

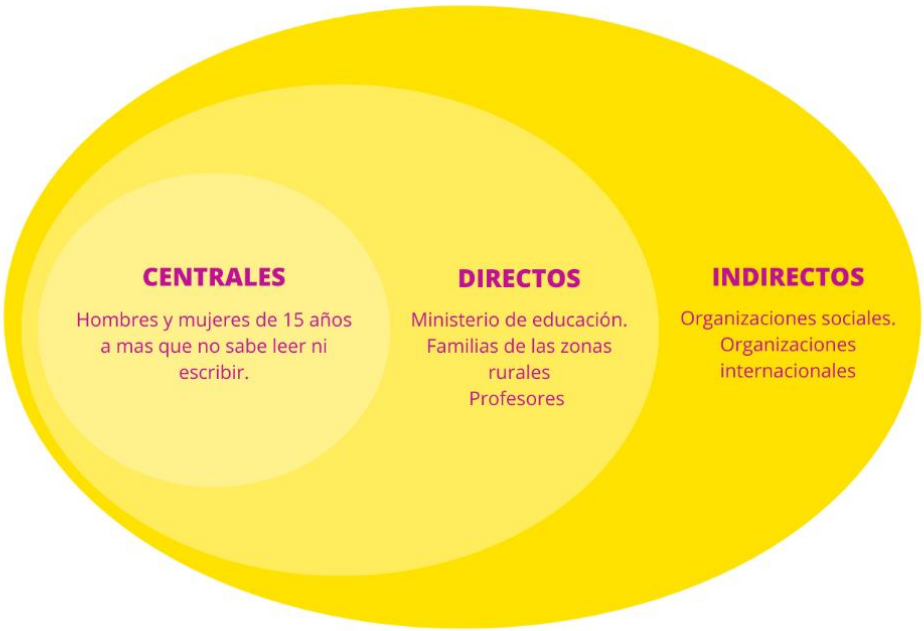
Como se muestra en la Figura 6, la población beneficiaria central está constituida por hombres y mujeres de 15 años a más que no saben leer ni escribir. En realidad, ellos representan el público objetivo principal, puesto que son los directamente afectados por la condición de analfabetismo.

Con respecto a los actores involucrados, por un lado, tenemos a los directos tal como el Ministerio de Educación, encargado de formular políticas, implementar programas y asignar recursos. Asimismo, las familias de las zonas rurales cumplen un rol clave, brindando apoyo y motivación en los procesos de aprendizaje.

Por otro lado, existen actores indirectos que fortalecen esta labor. Específicamente, se encuentran las organizaciones sociales que promueven proyectos comunitarios y sensibilización. Aparte, las organizaciones internacionales aportan financiamiento y asistencia técnica, por lo tanto, contribuyen a fortalecer las capacidades institucionales y a ampliar el impacto de las políticas educativas.

Figura 6.

Mapa de actores



2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general

Desarrollo de una app móvil para alfabetizar a las poblaciones de adultos mayores, e zonas rurales, mediante la una metodología de aprendizaje híbrido y aplicado que, con el apoyo de docentes presenciales, facilite la adquisición de competencias básicas y la formación técnica en oficios productivos para fomentar su autonomía y generación de ingresos.

Objetivos específicos

O1: Validar el modelo de sostenibilidad logrando la firma de al menos 1 acuerdo de patrocinio corporativo con una gran empresa privada durante el primer año, para asegurar el 100% del capital necesario parala creación de la app.

O2: Integrar la venta de los libros físicos de niveles avanzados de TAMBO+ EDUCA en 10 tiendas piloto de la cadena Tambo+, generando ingresos por comercialización minorista.

O3: Motivar e integrar al personal loca de las comunidades, logrando el compromiso formal de al menos el 25% del equipo de facilitadores, docentes y talleristas, garantizando que el 100% de los colaboradores remunerados provengan de las mismas zonas de intervención del proyecto. Y sensibilizar al 50% de los pobladores sobre el acceso a la educación básica como un derecho fundamental.

2.4 Marco referencial

La Fundación Dispurse es una organización sueca cuyo propósito es luchar contra la pobreza a través de la educación. En este sentido, ha lanzado la campaña "Dona una Tablet, Cambia una Vida", cuya misión consiste en recolectar al menos 500 tabletas electrónicas usadas para proporcionar una valiosa herramienta educativa en las regiones con los mayores índices de analfabetismo del país (Fundación Dispurse, 2017). Asimismo, la campaña invita tanto a personas naturales como a empresas a unirse al "reciclaje solidario", convirtiendo equipos en desuso en oportunidades de desarrollo (Fundación Dispurse, 2017).

Por otro lado, la fundación ha desarrollado FOCUS, una herramienta de aprendizaje adaptativo diseñada para personas analfabetas. Esta aplicación, junto con su metodología y material didáctico, brinda a los estudiantes la posibilidad de desarrollar una alfabetización básica que sea funcional, digital y crítica (Fundación Dispurse, 2017). Particularmente, lo más destacado es que el software no requiere conexión a Internet, lo cual facilita su uso incluso para quienes no tienen experiencia previa en tecnología (Fundación Dispurse, 2017).

Debido a su tecnología avanzada, los usuarios pueden educarse de manera independiente. En realidad, la aplicación ofrece cursos diseñados específicamente para adaptarse a diferentes entornos y necesidades particulares (Fundación Dispurse, 2017).

En conclusión, la Fundación Dispurse presenta su aplicativo FOCUS con un diseño amigable y accesible. En definitiva, la campaña "Dona una Tablet, Cambia una Vida" no solo representa un acto de solidaridad, sino que también brinda oportunidades reales de transformación social. Después de todo, la utilidad de este informe radica en que sirve de inspiración para identificar estrategias efectivas en la construcción de futuras campañas sociales.

Por el contrario, desde la perspectiva del sistema educativo estatal peruano, se cuenta con la Educación Básica Alternativa (EBA), la cual se trata de una modalidad educativa equivalente a la Educación Básica Regular, manteniendo los mismos objetivos y estándares de calidad. En realidad, esta modalidad enfatiza la preparación técnica para el trabajo y el desarrollo de capacidades empresariales (Ministerio de Educación, 2005).

Además, la EBA está dirigida a jóvenes y adultos que no accedieron o culminaron su educación primaria o secundaria en la edad regular. Debido a que cuenta con un diseño curricular adaptado, los estudiantes pueden concluir sus estudios básicos en solo dos años (Ministerio de Educación, 2005). Aparte, ofrece horarios flexibles en turnos de mañana, tarde y noche, de lunes a domingo, para ajustarse a las necesidades de quienes trabajan. Por consiguiente, los alumnos son capaces de emprender o desarrollar proyectos de vida familiar, comunitaria o económica sin abandonar sus responsabilidades laborales (Ministerio de Educación, 2005).

Por otra parte, es fundamental destacar que los certificados y diplomas otorgados tienen la misma validez legal que los de una escuela regular. En consecuencia, esto permite que los egresados puedan continuar con sus estudios superiores o acceder a mejores puestos de trabajo (Ministerio de Educación, 2005).

En conclusión, la EBA representa una oportunidad crucial para la reinserción educativa. En definitiva, a pesar de factores como la edad o la discapacidad, los estudiantes logran culminar su formación y alcanzar mejores oportunidades laborales.

Asimismo, es relevante contrastar este marco estatal con iniciativas internacionales de éxito. Específicamente, la organización Literacy for Life Foundation tiene como objetivo principal elevar la alfabetización básica en adultos dentro de sus comunidades. A través de su programa “Yo sí puedo”, implementa capacitaciones de 100 horas en zonas rurales dirigidas a personas que necesitan mejorar sus habilidades de lectura y escritura. En realidad, un aspecto distintivo de esta propuesta es que los participantes no solo aprenden, sino que también transmiten lo aprendido a otros miembros de sus propias comunidades (Literacy for Life Foundation, 2013).

Asimismo, la intervención dura alrededor de seis meses e incluye prácticas adaptadas a la vida cotidiana de los participantes. Los cursos ofrecen enseñanza de habilidades básicas en inglés para la lectoescritura; además, brindan formación en habilidades digitales (Literacy for Life Foundation, 2013).

En conclusión, Literacy for Life Foundation representa un modelo efectivo de alfabetización puesto que fomenta la participación comunitaria con un enfoque adaptado a la cultura local. Sus programas no solo se limitan a la enseñanza básica, sino que generan cambios positivos en la salud y facilitan el acceso a mejores oportunidades de empleo. En definitiva, este antecedente demuestra cómo la educación comunitaria es un motor de transformación social" (Literacy for Life Foundation, 2013).

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Se identificó que el proyecto debe satisfacer las necesidades de dos públicos objetivos principales, los cuales son distintos, pero totalmente interdependientes para la sostenibilidad del programa. Por un lado, tenemos al Cliente Social, quien es el usuario final (adultos y jóvenes analfabetos en zonas rurales del Perú) que utiliza el producto y recibe el impacto educativo directo. Por otro lado, se encuentra el Cliente Comercial, conformado por grandes corporaciones peruanas de sectores como banca y telecomunicaciones, las cuales compran el patrocinio y actúan como financiadores estratégicos.

Ahora bien, para conocer a profundidad a nuestro público objetivo y asegurar la pertinencia del producto, se elaboró el arquetipo del Cliente Social denominado Rosa Huamán Quispe. Ella es una mujer que representa a muchas personas de las zonas rurales del Perú; específicamente, Rosa simboliza el esfuerzo, la perseverancia y el deseo de superación a pesar de las limitaciones que enfrentó en su infancia.

En realidad, ella desea aprender a leer, escribir y utilizar herramientas tecnológicas que le permitan ayudar a sus hijos, comunicarse mejor y obtener mayor independencia. Asimismo, sueña con participar en talleres productivos para generar ingresos y aportar al sustento familiar.

Debido a que conocer su historia y motivaciones permite comprender las verdaderas necesidades rurales, se ha determinado que se requieren espacios accesibles y materiales adaptados. En consecuencia, Tambo+ Educa busca brindar una experiencia cercana y motivadora que no solo enseñe, sino que también inspire a las personas a transformar su entorno. En definitiva, el proyecto se valida a través de la conexión humana con sus beneficiarios.

Figura 7.

Arquetipo usuario



Después de conocer al arquetipo de usuario, elaboré un mapa de empatía para comprender con mayor profundidad su realidad, emociones y manera de ver el mundo. En realidad, este análisis me permitió entender lo que Rosa siente, piensa y experimenta en su cotidianidad, asimismo logré identificar los desafíos que enfrenta por residir en una zona rural con escasas oportunidades educativas.

Debido a este proceso, pude determinar sus verdaderas motivaciones; por ejemplo, el deseo genuino de aprender a leer, escribir y utilizar la tecnología para apoyar a sus hijos y fortalecer su independencia. Por otro lado, el estudio también reveló sus frustraciones, tales como la falta de acceso a programas educativos y el temor persistente de no poder aprender debido a su edad. En definitiva, este mapeo emocional es fundamental puesto que asegura que la propuesta de valor del proyecto responda directamente a las necesidades humanas de Rosa.

Figura 8.

Mapa de empatía de usuario



Durante la identificación del público objetivo surgieron hallazgos valiosos que reflejan la realidad de las zonas rurales. Uno de los más significativos muestra que muchas personas adultas sienten frustración por no haber tenido acceso a la educación; sin embargo, mantienen un firme deseo de superación buscando oportunidades que se adapten a su realidad. A causa de este escenario, se determinó el siguiente *insight*: "Aprender a leer y escribir no es solo una necesidad técnica, sino que representa una forma de demostrar que nunca es tarde para transformar la propia vida".

Asimismo, se desarrolló el arquetipo del Cliente Comercial, denominado "Empresas con Inversión Social Estratégica". Este perfil no se enfoca en un individuo, sino en las motivaciones corporativas de grandes sectores peruanos (Banca, Telecomunicaciones, Retail) para financiar soluciones a problemas estructurales como el que aborda Tambo+ Educa.

En realidad, estas corporaciones desean fervientemente asociar su marca a la resolución de problemáticas sociales, trascendiendo las donaciones superficiales. No obstante, para alcanzar la máxima credibilidad, requieren que el proyecto cuente con el respaldo del Ministerio de Educación (MINEDU). Por consiguiente, esperan que el patrocinio de Tambo+

Educa les garantice una narrativa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) atractiva, apoyada en una solución tecnológica disruptiva.

En definitiva, estas empresas buscan un activo estratégico que fortalezca su reputación a largo plazo, mientras se minimiza su exposición al riesgo logístico en zonas rurales.

Figura 9.

Arquetipo de cliente



Después de identificar al Cliente Comercial y de elaborar su arquetipo, se desarrolló un mapa de empatía con el propósito de profundizar en sus motivaciones estratégicas. Este análisis revela que las grandes corporaciones se encuentran bajo una intensa presión social; puesto que oyen a sus *stakeholders* (grupos de interés) exigir inversiones tecnológicas que cierren activamente las brechas sociales del país.

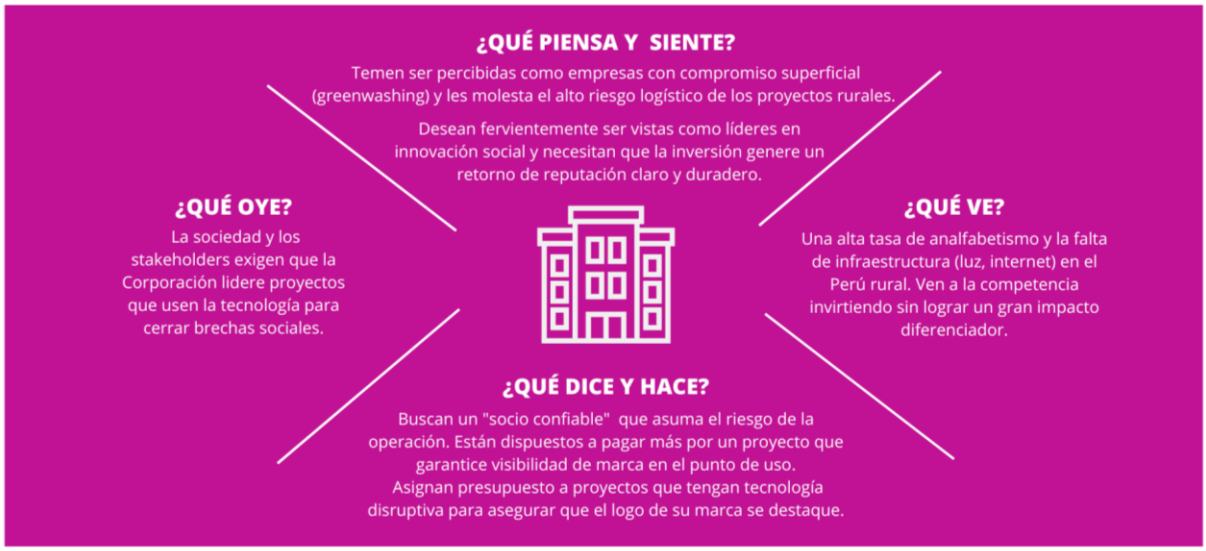
Sin embargo, su principal temor es que la marca sea percibida con un compromiso superficial o asistencialista. A causa de esta preocupación, las empresas buscan activamente un "socio estratégico" que asuma la responsabilidad directa de la operación en campo. Por

consiguiente, las corporaciones están dispuestas a realizar una mayor inversión en proyectos que garanticen una alta visibilidad de marca en el punto de contacto con el beneficiario.

En definitiva, este análisis valida que el modelo de patrocinio de Tambo+ Educa constituye la respuesta directa a su necesidad de liderazgo en innovación social, ofreciendo, al mismo tiempo, un bajo riesgo logístico para el financiador.

Figura 10.

Mapa de empatía de cliente



En primer lugar, se identificó un hallazgo crucial en las grandes corporaciones patrocinadoras. Si bien estas empresas poseen la voluntad y el presupuesto necesario para invertir en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su principal desafío es de carácter dual: por un lado, el riesgo reputacional vinculado al *greenwashing* y, por otro lado, la ineficiencia logística que impera en las zonas rurales.

A causa de este hallazgo, se estableció el *insight* estratégico que sustenta nuestro modelo de negocio. En realidad, la empresa no adquiere simplemente un producto social; sino que compra la certeza de que su marca se posicionará como líder en innovación. Asimismo,

busca que el riesgo operativo sea asumido por un socio estratégico a cambio de obtener una alta visibilidad en el mercado.

En definitiva, el patrocinador está dispuesto a financiar una solución que le garantice credibilidad, debido a factores como el respaldo del MINEDU y la máxima exposición de su marca en un proyecto tecnológico viable. De este modo, se minimiza su exposición a los costosos fracasos operativos que suelen ocurrir en el entorno rural peruano.

2.5.2 Información sobre el Mercado

a) Oportunidad de mercado

La oportunidad del proyecto TAMBO+ EDUCA se define por la intersección de una necesidad social urgente y una creciente demanda corporativa por plataformas de alto impacto.

En primer lugar, respecto a la oportunidad comercial, Centrum PUCP (2024) confirma que el interés de las empresas peruanas por la sostenibilidad ha aumentado significativamente, superando incluso el promedio regional. En consecuencia, esta tendencia asegura que los presupuestos corporativos destinados a impacto social sean estables y con proyección de crecimiento, constituyendo así una fuente de financiación confiable. Asimismo, las grandes corporaciones tienen hoy la obligación de reportar su contribución social; por lo tanto, buscan vincularse a causas con resultados cuantificables para cumplir sus metas ESG. En definitiva, la lucha contra el analfabetismo se alinea con el ODS 4: Educación de Calidad, ofreciendo a los patrocinadores un vehículo irrefutable para demostrar su compromiso social (Naciones Unidas en Perú, 2021).

Por otro lado, en cuanto a la oportunidad social, en el Perú aún persisten zonas rurales donde la alfabetización constituye un reto crítico. Si bien se han logrado avances gracias a diversas organizaciones, todavía se observan grandes brechas educativas, específicamente en

las regiones amazónicas y altoandinas. En estos lugares, el acceso a una educación básica de calidad continúa siendo limitado en comparación con las zonas urbanas.

Debido a esta realidad, surge una oportunidad valiosa para desarrollar iniciativas que refuercen los esfuerzos existentes mediante metodologías adaptadas y herramientas tecnológicas contextualizadas. Tal como señalan la UNESCO (2022), el INEI (2023) y el MINEDU (2024), las tasas de analfabetismo rural superan el promedio nacional. En suma, esto demuestra la urgencia de impulsar programas innovadores que fomenten la inclusión educativa y el desarrollo sostenible en estas regiones.

b) Competencias

En el ámbito de la alfabetización y la educación inclusiva, existen diversas organizaciones que ya desarrollan importantes esfuerzos tanto a nivel nacional como internacional. En primer lugar, a escala global, la UNESCO (2020) lidera la lucha contra el analfabetismo a través de su Estrategia Global de Alfabetización 2020 a 2025. Esta iniciativa busca garantizar que todas las personas tengan acceso a la educación básica, específicamente, impulsa campañas de alfabetización digital y funcional junto con la capacitación docente. Además, promueve el uso de tecnologías en zonas rurales, con especial atención a poblaciones en situación de vulnerabilidad (UNESCO, 2020).

Asimismo, en el Perú destacan organizaciones de la sociedad civil tal como Fe y Alegría & CARE Perú & Ser Maestro (2024), las cuales trabajan para mejorar la calidad educativa en contextos rurales. Sus programas se centran en fortalecer la formación docente y promover la alfabetización intercultural bilingüe; en consecuencia, logran una educación más contextualizada y cercana a las necesidades de cada comunidad. (CARE, 2021; FE Y ALEGRIA, 2024; SER MAESTRO, 2024).

Por otro lado, en el ámbito regional, la Fundación Leer de Argentina desarrolla iniciativas para fortalecer la alfabetización infantil mediante la promoción del hábito lector. La organización ofrece plataformas digitales gratuitas y capacita a familias; de este modo, busca reducir las brechas en el acceso a la lectura desde edades tempranas. (citar)

Finalmente, el Proyecto de Alfabetización de Guatemala (GLP) se enfoca en comunidades rurales de bajos recursos. Puesto que incorpora recursos tecnológicos y entrega materiales educativos, el proyecto logra fortalecer la enseñanza de la lectoescritura. En definitiva, estos referentes demuestran que la educación es la herramienta principal para romper el ciclo de la pobreza. (citar)

Tabla 1.

Cuadro comparativo

Organización / Competencia	Principales acciones	Alcance o impacto	Público objetivo
UNESCO (2020–2025)	Implementa la *Estrategia Global de Alfabetización*, promueve campañas educativas, alfabetización digital y funcional, capacitación docente y uso de tecnologías y radios comunitarias.	Presente en más de 190 países; prioriza zonas rurales, indígenas y en exclusión social.	Jóvenes, adultos y mujeres con limitado acceso educativo.
Fe y Alegría, CARE Perú y Ser Maestro (2024)	Mejoran la calidad educativa rural y amazónica, promueven alfabetización intercultural bilingüe, fortalecen formación docente y desarrollan campañas comunitarias.	Implementan programas en regiones rurales del Perú, con enfoque territorial e inclusivo.	Niños, jóvenes y docentes de comunidades rurales y amazónicas.
Fundación Leer (Argentina)	Promueve el hábito lector infantil y juvenil mediante campañas nacionales, plataformas digitales y capacitación a docentes y familias.	Alcance nacional; ha beneficiado a más de 2 millones de niños y 30 000 docentes en Argentina.	Niños, jóvenes, docentes y familias.
Proyecto de Alfabetización de Guatemala (GLP)	Proporciona materiales educativos, capacita docentes, incorpora recursos tecnológicos y fomenta lectura y escritura en comunidades rurales.	Activo en más de 200 escuelas rurales; ha beneficiado a miles de estudiantes guatemaltecos.	Estudiantes y docentes de comunidades rurales y desfavorecidas.

Para analizar mejor el entorno donde funcionará el proyecto Tambo+ Educa, se elaboró un análisis FODA. En realidad, esta herramienta permitió identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden influir en la campaña.

Asimismo, a través de este análisis, se busca comprender tanto los aspectos internos como los externos que podrían beneficiar o afectar el proyecto. En consecuencia, el objetivo es establecer estrategias que ayuden a que la implementación sea más fuerte y se mantenga en el tiempo. En definitiva, este diagnóstico es el punto de partida para asegurar que el proyecto funcione de manera correcta y sostenible.

Figura 11.

Foda



c) Barreras de entrada

En este sector existen diversas barreras que dificultan el desarrollo de los proyectos, las cuales se clasifican principalmente en factores de tipo económico, logístico y sociocultural.

En primer lugar, sobre el tema económico, no hay un financiamiento que dure mucho tiempo y depende demasiado de lo que dé el Estado o de organizaciones de afuera. En realidad, esto hace que los proyectos sean inestables; por consiguiente, muchos terminan cerrando porque no pueden mantenerse solos.

Asimismo, en cuanto a la logística, la gran distancia entre los pueblos y la mala señal de internet en el campo complican mucho las clases. Puesto que casi no hay conexión, es difícil hacer programas virtuales; por lo tanto, la falta de internet se vuelve un obstáculo para enseñar de formas nuevas.

Por otro lado, también hay barreras culturales, tales como el miedo a los cambios o las diferencias de idioma. Aparte, la situación de pobreza hace que la gente no siempre pueda participar como quisiera. No obstante, estos problemas se pueden trabajar si se ofrecen soluciones que se adapten a la realidad de la gente. En definitiva, es importante conocer estas dificultades debido a que así podemos planear algo que de verdad funcione.

d) Alcance esperado

El proyecto prioriza la intervención directa en las zonas más necesitadas. Por un lado, las 250 tablets se repartirán al inicio en las regiones que el MINEDU ha señalado con los niveles de analfabetismo más altos. Específicamente, se trabajará en lugares como Cajamarca, Huancavelica, Ayacucho, Loreto y Puno.

Por otro lado, a nivel de negocio, la meta es doble. En primer lugar, buscamos consolidar a Tambo+ como líder entre las empresas que están realmente comprometidas con la sociedad. Asimismo, queremos asegurar la firma de 1 a 3 patrocinadores importantes para poder hacer crecer el proyecto en el futuro.

En definitiva, este plan busca que el impacto social en las regiones priorizadas ayude también a fortalecer la imagen de la marca ante posibles aliados.

e) Mercado objetivo del producto

Por un lado, el mercado objetivo principal está conformado por hombres y mujeres mayores de 15 años que no saben leer ni escribir y residen en zonas rurales del Perú. Este grupo

presenta necesidades educativas básicas; además, cuenta con muy poco acceso a recursos digitales y pocas oportunidades de trabajo. Asimismo, se considera como actores secundarios a los docentes rurales, promotores y voluntarios que pueden apoyar en las clases.

Asimismo, se encuentran las Grandes Corporaciones Peruanas e Internacionales de sectores como banca, minería y retail. En realidad, estas empresas cuentan con presupuestos para Responsabilidad Social (RSE); por lo tanto, buscan activamente posicionarse como líderes en educación e impacto social. En definitiva, el éxito del proyecto depende de conectar las necesidades del primer grupo con los objetivos de inversión de estas corporaciones.

f) Demanda potencial en el mercado/segmento

De acuerdo con el (INEI, 2023 & UNESCO, 2024). El Perú concentra aproximadamente el 4 % de la población analfabeta de América Latina, lo que equivale a más de 1 millón de personas. Específicamente, el 80 % de este grupo vive en zonas rurales y el 70 % son mujeres. En consecuencia, estas cifras demuestran una alta demanda potencial para programas educativos orientados a la alfabetización básica, digital y funcional. Así pues, cualquier iniciativa que brinde soluciones accesibles y tecnológicamente viables podrá encontrar un segmento de mercado amplio con gran potencial de expansión.

Además, el Pacto Global de la ONU (2024) enfatiza que las acciones sostenibles mejoran la reputación de las empresas; **por lo tanto**, esto las impulsa a buscar vehículos de impacto medible para cumplir sus metas ESG. **Asimismo**, la Inversión Socialmente Responsable (ISR) no es solo una tendencia, **sino que** se ha vuelto una necesidad para acceder a financiamiento y gestionar riesgos (Forbes Perú, 2023).

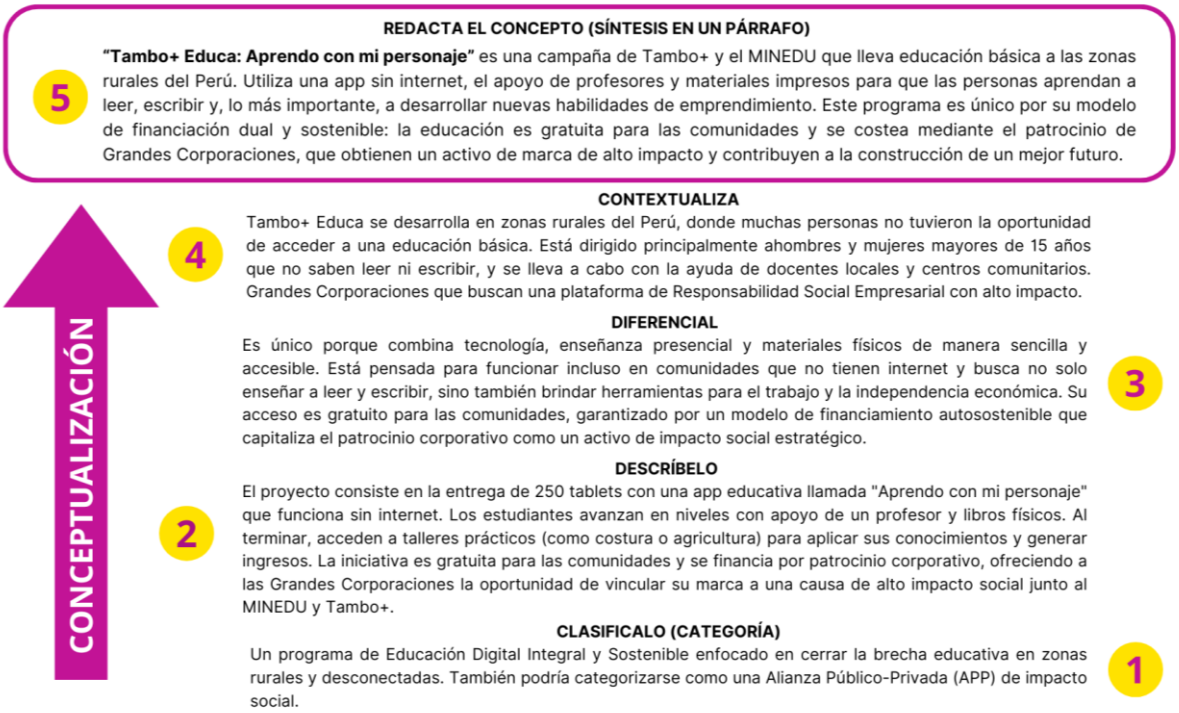
En definitiva, en este contexto, cualquier proyecto que logre ofrecer una solución de alto impacto alineada con el ODS 4 (Educación de Calidad) encontrará una demanda alta y

constante en el mercado de patrocinio. Debido a esto, Tambo+ Educa se posiciona como una respuesta estratégica tanto para la necesidad social como para el interés corporativo.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Figura 12.

Ruta conceptualización



Después de crear el concepto de "Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje", elaboré el Canvas de Propuesta de Valor para entender mejor cómo este proyecto puede ayudar a las personas en las zonas rurales. En realidad, este esquema muestra cómo la iniciativa busca enseñar a leer y escribir de una forma accesible y cercana. Para ilustrar, el modelo combina el uso de tecnología sin conexión con la guía de un profesor y materiales físicos.

Asimismo, se promueve el desarrollo personal a través de talleres de costura, arte o agricultura, los cuales ayudan a las personas a mejorar sus habilidades y generar sus propios

ingresos. Debido a este análisis, pude ver con claridad cuáles son las necesidades, beneficios y motivaciones de los usuarios.

En consecuencia, se entiende cómo Tambo+ Educa puede ser una oportunidad real para reducir el analfabetismo. En definitiva, el proyecto no solo enseña, sino que también fortalece a las comunidades desde la educación y el trabajo práctico.

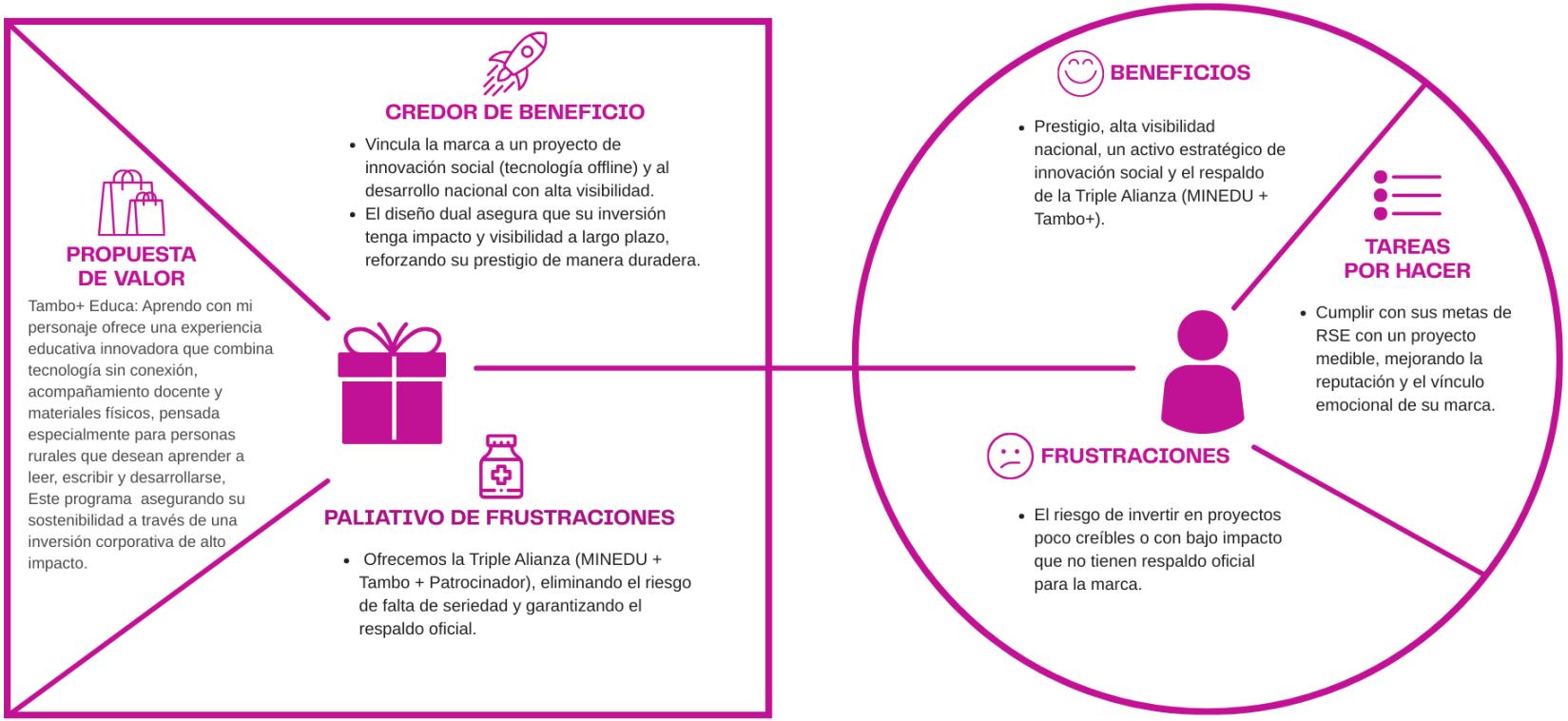
Figura 13.

Canvas de Propuesta de valor del Usuario



Figura 14.

Canvas de Propuesta de valor del cliente



2.5.4 Diseño de producto/servicio

TAMBO+ EDUCA: Aprendo con mi personaje es un servicio educativo mixto e innovador, diseñado para llevar aprendizaje de calidad y oportunidades de desarrollo a las zonas rurales del Perú. En realidad, su diseño se basa en la autonomía funcional y en un modelo de sostenibilidad dual.

El producto principal es una aplicación educativa *offline* instalada en tablets. Puesto que la app no requiere conexión a internet, se garantiza la continuidad educativa incluso donde la infraestructura es limitada. Además, la aplicación ofrece una experiencia personalizada donde cada participante crea su propio personaje y avanza progresivamente a través de niveles de aprendizaje.

Aparte, el programa se complementa con clases guiadas por un profesor facilitador y libros impresos. El factor diferencial del libro es su código QR en cada tema; específicamente, este enlaza a un video tutorial para reforzar lo aprendido de manera dinámica. También se incluyen talleres de costurería, arte y agricultura sostenible, los cuales permiten a los participantes aplicar sus conocimientos para el autoempleo.

Debido a su estructura, el proyecto potencia su Triple Balance de la siguiente manera:

Impacto social: Reduce el analfabetismo y fortalece las capacidades comunitarias.

Impacto económico: Se basa, por un lado, en el patrocinio de grandes corporaciones que buscan vincular su marca a la causa. Por otro lado, se apoya en la venta de libros de refuerzo en tiendas Tambo+, generando ingresos recurrentes.

Impacto ambiental: Ya que promueve prácticas sostenibles y optimiza el uso de recursos tecnológicos.

En resumen, TAMBO+ EDUCA busca empoderar a las personas y mejorar su calidad de vida. En definitiva, se logra un impacto profundo que se financia de manera estratégica, alineando la responsabilidad empresarial con el desarrollo del país.

2.5.5 Modelo de Negocio

Sobre la base de Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje, se elaboró el modelo de negocio con el fin de entender cómo este proyecto puede funcionar y mantenerse en el tiempo. En este sentido, el esquema detalla los principales aliados, recursos y actividades que hacen posible llevar educación a las zonas rurales del Perú. También, se identifican los grupos de personas a los que está dirigido, la forma de relacionarse con ellos y, específicamente, cómo se consigue el dinero necesario para operar.

En realidad, este modelo permite ver de manera simple y ordenada cómo la iniciativa puede ser sostenible. Puesto que combina tecnología, educación y desarrollo de la comunidad, el proyecto logra mejorar la calidad de vida en los lugares más alejados del país. En consecuencia, el plan no solo asegura la enseñanza, sino que también garantiza que los recursos se usen bien. En definitiva, se trata de una estructura pensada para que la ayuda social no se detenga por falta de presupuesto o problemas de logísticas.

Figura 15.

Canvas de modelo de negocio



2.5.6 Resultados esperados

Cuando la propuesta Tambo+ Educa entre en contacto con el mercado y los usuarios, se espera que las personas de las zonas rurales tengan, por fin, la oportunidad de acceder a una educación que se adapte a su realidad. La propuesta busca que aprendan a leer, escribir y usar la tecnología de una manera sencilla; asimismo, se espera que el proceso sea práctico y motivador.

Por ejemplo, al completar los niveles de aprendizaje, los participantes podrán acceder a talleres productivos de costura, arte o agricultura. En consecuencia, aplicarán lo aprendido para desarrollar habilidades que les ayuden a generar ingresos, logrando que cada persona se sienta más independiente y orgullosa de sus logros.

Por otro lado, en cuanto al cliente comercial, los resultados confirmarán que el patrocinio es un activo estratégico con un alto retorno de inversión social. En realidad, el proyecto consolidará su credibilidad gracias a la alianza con el MINEDU. Por lo tanto, se asegura el flujo de ingresos por patrocinio y venta de libros; de este modo, se garantiza que la educación gratuita se mantenga y pueda llegar a más comunidades sin depender de donaciones únicas.

A fin de cuentas, se espera que el proyecto inspire a más comunidades a involucrarse activamente en su desarrollo. En definitiva, se fortalecerá la relación entre el Estado y las zonas rurales, demostrando que, con un modelo de negocio estratégico y esfuerzo, todos pueden salir adelante.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para la elaboración de mi prototipo de baja fidelidad de Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje, utilicé herramientas sencillas como lápiz y papel. En realidad, a través de estos bocetos, busqué representar las primeras ideas sobre cómo se vería la aplicación y su estructura. Asimismo, en esta etapa se definieron aspectos tales como el diseño del logo, la apariencia general de la app y los niveles del programa.

Debido a este proceso, pude visualizar de manera más clara la idea inicial. En consecuencia, ahora cuento con una base sólida para seguir mejorando el diseño en las siguientes fases. En definitiva, trabajar con bocetos a mano fue fundamental para darle forma al proyecto antes de pasar a la parte digital.

Figura 16.

Prototipo de baja fidelidad logo

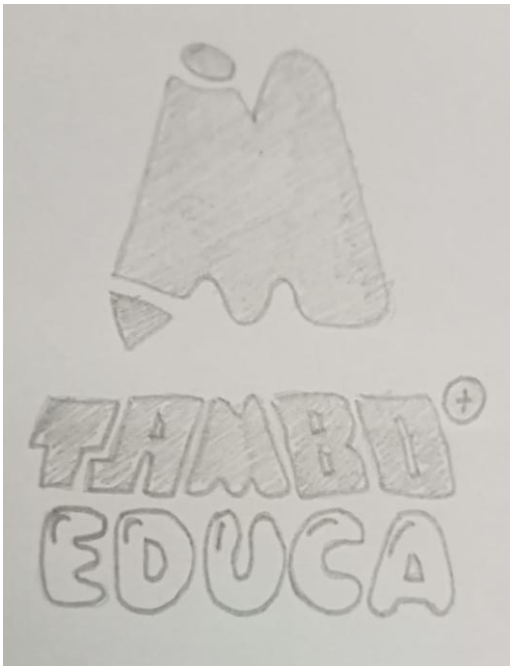
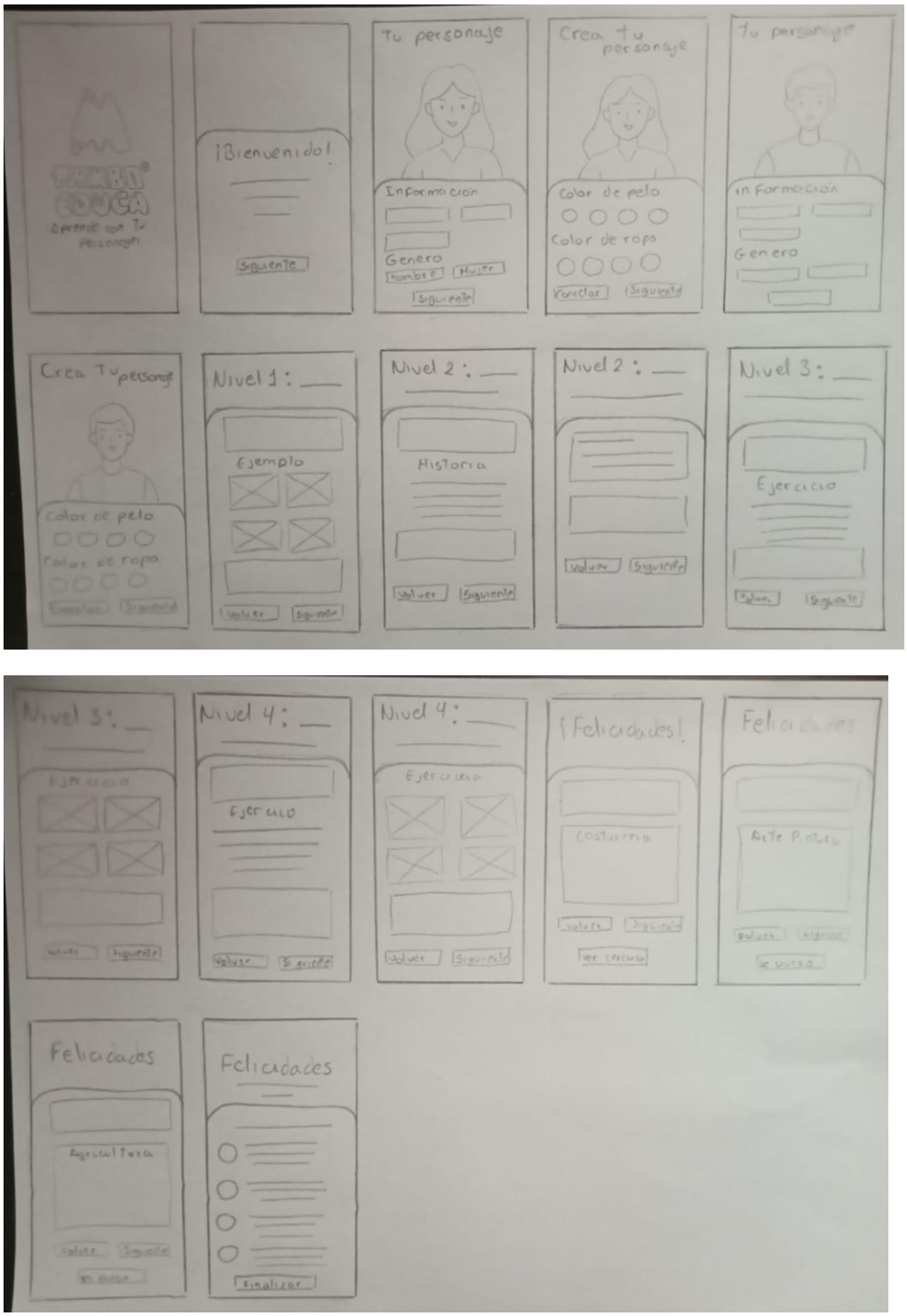


Figura 17.

Prototipo de baja fidelidad App



Continuando con el desarrollo de Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje, utilicé herramientas digitales tales como Adobe Illustrator y Figma. En esta etapa, busqué dar forma a un diseño más definido y visualmente atractivo; por lo tanto, incorporé colores, íconos y elementos interactivos que representan mejor la experiencia real dentro de la aplicación.

A diferencia del prototipo inicial, este modelo permitió observar con mayor precisión cómo se verían las pantallas y la navegación entre niveles. Asimismo, se logró consolidar la identidad visual completa de la app. Gracias a este proceso, pude acercarme mucho más al resultado final que se espera del producto. En definitiva, este prototipo digital es la versión más cercana a lo que el usuario final recibirá en las tablets.

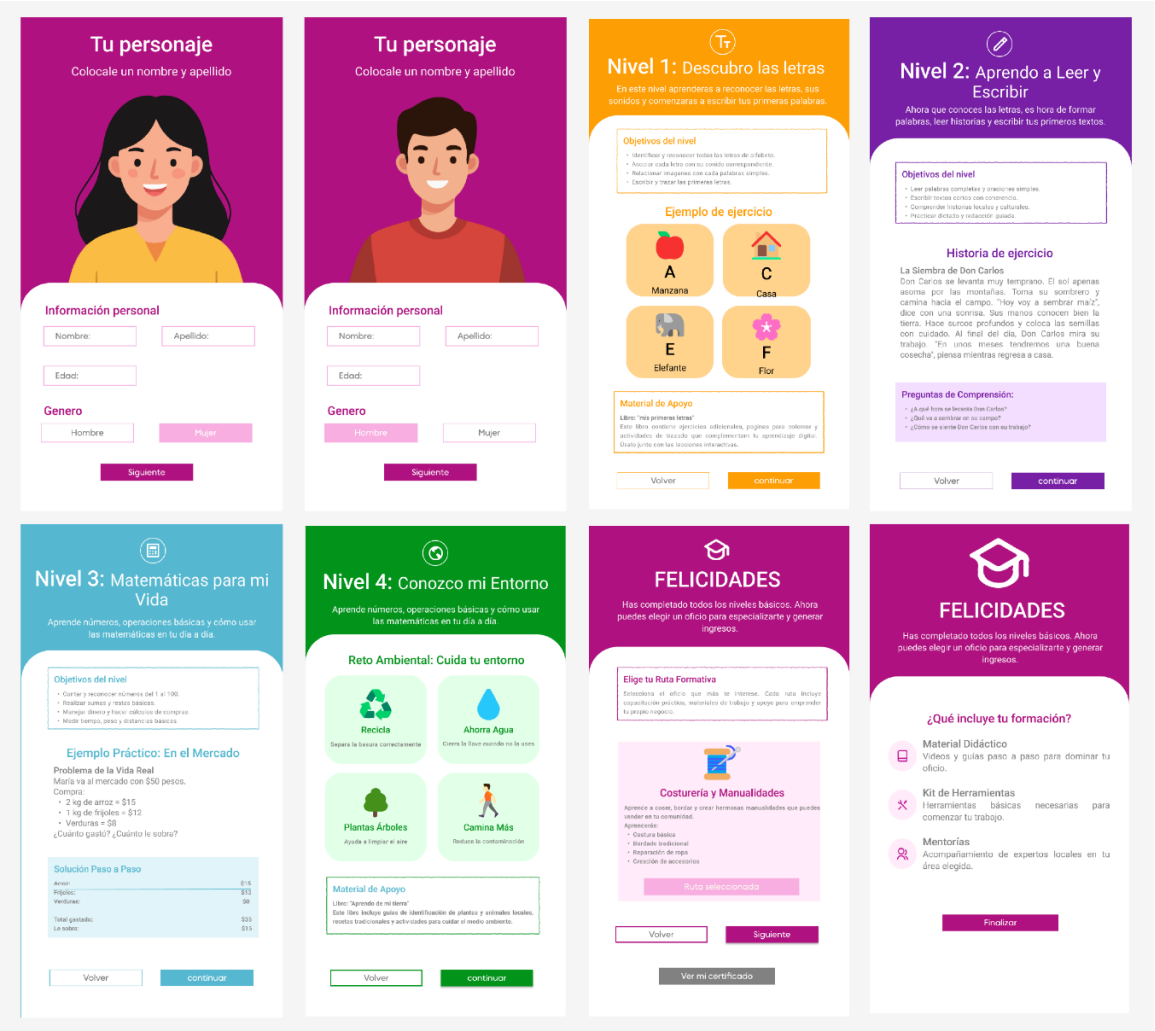
Figura 18.

Prototipo alta fidelidad Logo



Figura 19.

Prototipo alta fidelidad App



Además del desarrollo de la aplicación Tambo+ Educa, también diseñé un libro complementario que acompaña cada nivel de la app. Este material busca reforzar el aprendizaje de manera práctica y visual; por añadidura, permite que los usuarios sigan estudiando incluso cuando no tienen la tablet a la mano. Cada libro está adaptado a su nivel correspondiente, integrando actividades tales como ilustraciones y ejercicios que refuerzan lo aprendido en la aplicación.

En realidad, su diferencial clave es que, en cada tema, el libro incluye un código QR que enlaza directamente a un video tutorial. De este modo, el material impreso se transforma

en un recurso dinámico y moderno. En consecuencia, se facilita la comprensión de los temas y se asegura una experiencia de aprendizaje completa y guiada para el usuario. En definitiva, el libro no es solo un apoyo, sino que es la pieza que une el mundo físico con el digital.

Figura 20.

Prototipo alta fidelidad libro

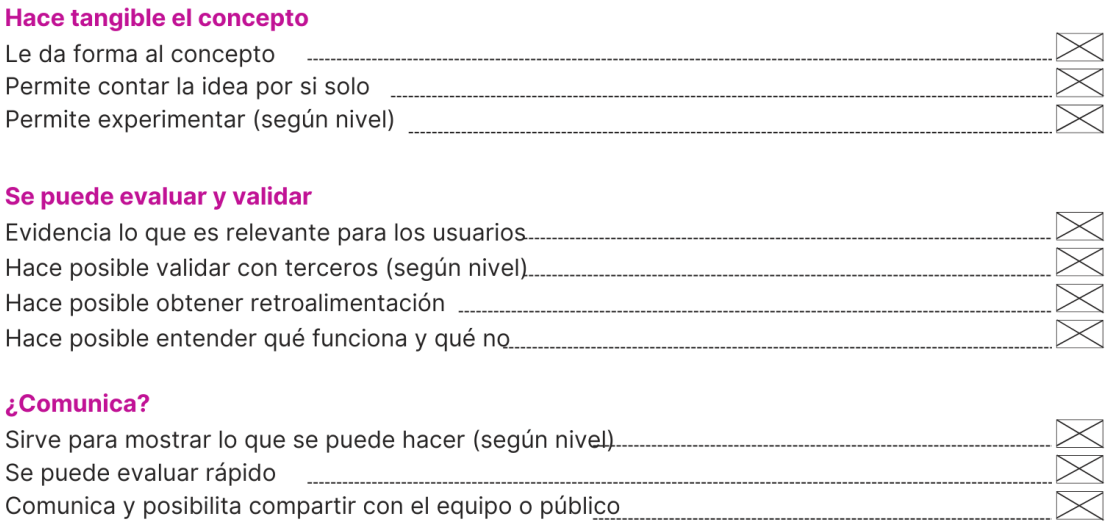


Después de elaborar los prototipos de baja y alta fidelidad de Tambo+ Educa, se utilizó un checklist de prototipado con el fin de evaluar si las propuestas cumplían con los criterios básicos de un buen diseño. En realidad, este instrumento permitió analizar aspectos tales como la claridad del concepto y la posibilidad de validarlo con los usuarios. Asimismo, se evaluó la capacidad de comunicar la idea de manera efectiva.

De este modo, se pudo comprobar que el prototipo refleja la idea principal del proyecto. En consecuencia, ahora sabemos que la propuesta puede ser comprendida y mejorada en base a la retroalimentación recibida. En definitiva, el uso de este checklist fue fundamental, debido a que asegura que el producto final realmente funcione para las personas de las zonas rurales.

Figura 21.

Checklist de prototipado



2.5.8 Experimentos

El objetivo de los experimentos fue sencillo: comprobar si nuestra solución, el programa "TAMBO+ EDUCA: Aprendo con mi personaje" (la App offline combinada con libros y tablets), realmente atacaba los problemas de alfabetismo rural y, lo más importante, si era bien recibida por la gente.

Para lograrlo, se desarrolló una serie de interacciones. Por un lado, se realizaron encuestas digitales a un grupo de 20 personas con experiencia en el sector educativo, personas que conozcan a personas analfabetas; por otro lado, se llevaron a cabo entrevistas personales que nos brindaron un feedback más profundo. En suma, los resultados detallados pueden observarse en el Anexo A y Anexo B.

En cuanto, a la viabilidad de la solución, los hallazgos fueron muy positivos:

- Además de que el 95% calificó la App offline como viable, un contundente 90% la encontró "Muy Útil". Esto confirma que la falta de internet es una barrera que nuestra solución logra eliminar de manera efectiva.

- Asimismo, el 85% de los encuestados confirmó que el analfabetismo es un problema urgente que requiere una intervención inmediata.

En cambio, la combinación de herramientas y el rol docente, se identificó lo siguiente:

- El 85% afirmó que la combinación de App + Libro es muy buena; por lo tanto, se confirma que el apoyo físico es esencial.

- A fin de cuentas, el 95% considera que la figura del profesor es vital. Esto demuestra que la tecnología funciona como un refuerzo, no obstante, no debe verse como un reemplazo.

- El 90% considera la estrategia de donación de tablets como un enfoque efectivo; por consiguiente, se valida nuestra ruta de accesibilidad.

Sin embargo, no todos los resultados fueron definitivos. Por ejemplo, aunque el 60% indicó que el personaje aumenta el interés, las entrevistas revelaron que el diseño actual debe

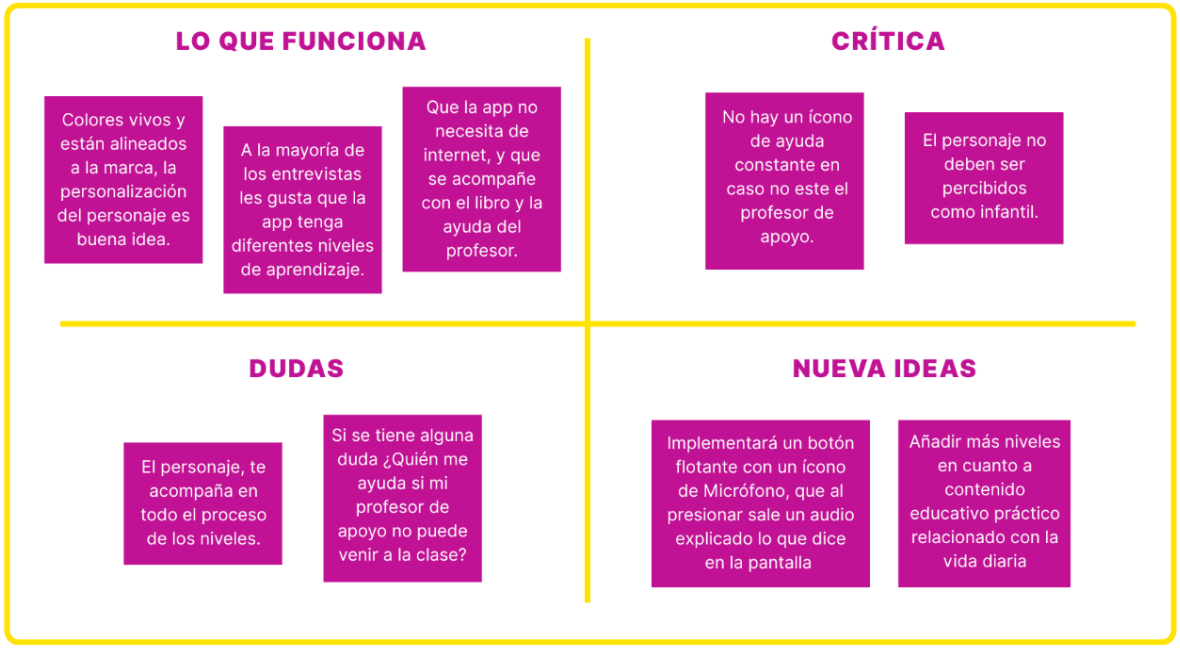
ser más adulto o neutral. En realidad, el personaje actual no conecta del todo con el público objetivo, lo que requiere una iteración de diseño.

De igual forma, surgió la preocupación sobre qué ocurre si el profesor se ausenta. Debido a esto, se valida la urgencia de integrar un mecanismo de auto-guía asistida (como un botón de ayuda), para ilustrar una solución que permita al usuario avanzar por su cuenta.

Finalmente, los participantes sugirieron añadir más niveles con contenido práctico. En conclusión, el proyecto es sólido, pero debe adaptarse a las necesidades de la vida diaria (salud, finanzas, etc.) para ser plenamente efectivo.

Figura 22.

Tabla receptora



En resumen, el proyecto cuenta con una validación muy fuerte tanto en el mercado como en su metodología. Ahora bien, tras el análisis de los resultados, se identificó la necesidad de mejorar el diseño de la App para que sea más práctica y autónoma.

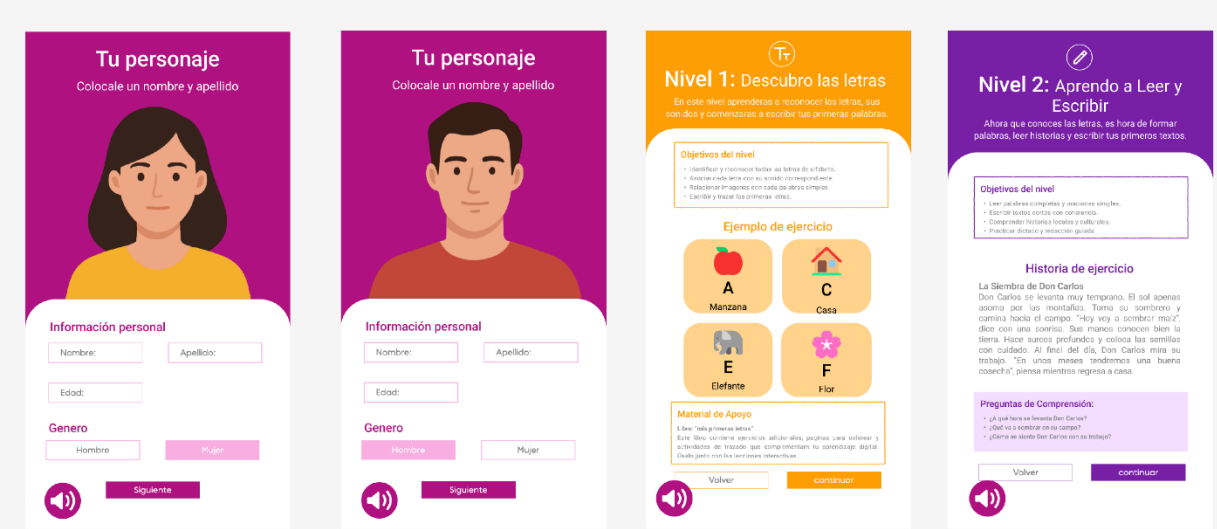
Tomando en cuenta las recomendaciones de los entrevistados, se procedió a elaborar mejoras estratégicas. En primer lugar, la principal sugerencia se centró en la conexión del usuario con el personaje guía, puesto que su apariencia inicial era demasiado infantil. Debido a esto, se limitaba la identificación con el público objetivo. En consecuencia, se renovó el diseño del personaje dándole una estética más adulta; de esta forma, se busca generar mayor confianza y asegurar que se perciba como un mentor creíble.

Por otro lado, otra recomendación clave advertía que el usuario podría tener dudas sobre la metodología o el objetivo de un nivel, específicamente cuando el profesor de acompañamiento no esté disponible. A pesar de eso, para garantizar que el aprendizaje no se detenga, se incluyó un botón de audio en la interfaz de cada nivel.

Así pues, al presionar dicho botón, se activa una voz en off que explica el contenido. En definitiva, esta función garantiza que el usuario tenga soporte inmediato y pueda comprender el nivel por sí mismo. Al fin y al cabo, todas estas mejoras buscan la autonomía del estudiante, y pueden observarse a detalle en las pantallas del Anexo C.

Figura 23.

Mejoras de la App



2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Mi proyecto de innovación consta del programa "Tambo + Educada", una iniciativa diseñada para combatir el analfabetismo en las áreas rurales del Perú. En realidad, se trata de una colaboración clave con el Ministerio de Educación (MINEDU). La esencia de mi propuesta de valor es ofrecer una ruta de aprendizaje que no solo se concentra en la lectura y la escritura; asimismo, culmina en el desarrollo de habilidades laborales concretas para que los participantes puedan prosperar.

El programa tiene una duración total de 12 meses. Específicamente, se distribuye en dos fases fundamentales:

- Fase de Alfabetización Digital-Pedagógica (10 meses): La herramienta principal es la app móvil "Aprendo con mi personaje". Cabe destacar que la app no requiere conexión a internet; por lo tanto, se elimina la principal barrera de acceso en zonas remotas. Además, este proceso se complementa con libros físicos que contienen códigos QR para reforzar los temas.

- Modelo de Negocio y Especialización Laboral (2 meses): Una vez finalizados los niveles educativos, el usuario accede a talleres prácticos. Por consiguiente, esto entrega habilidades técnicas que generan oportunidades de trabajo inmediatas.

La viabilidad del programa está garantizada por diversos factores. Por un lado, el impacto social combate el analfabetismo; por otro lado, el impacto ambiental es positivo ya que al utilizar recursos digitales se minimiza la dependencia de material impreso masivo. En suma, el impacto económico está asegurado por la venta de patrocinios y libros complementarios en las tiendas Tambo+.

Ahora bien, el crecimiento se enfoca en una implementación progresiva:

- Nueva Interacción (Meses 1-12): Iniciaremos el lanzamiento en zonas rurales críticas. Para ilustrar el alcance, se distribuirán 250 tablets para validar el modelo en campo.

- Réplica Regional (Año 2): Tras finalizar el primer ciclo, se analizarán los resultados. No obstante, se realizarán ajustes para optimizar la metodología antes de escalar a nuevas regiones.

- Masificación (Año 3 en adelante): El objetivo final es la adopción del programa por parte del MINEDU. En definitiva, buscamos consolidar a "Tambo + Educada" como el programa líder en el país.

Para la ejecución exitosa de este proyecto, se requiere la siguiente base de recursos:

- Recursos Humanos: Un equipo de Orientadores/Acompañantes (profesores locales capacitados) para guiar a los usuarios en el manejo de la app e instructores calificados para dictar los talleres de especialización laboral.
- Recursos Materiales: La producción y distribución continua de los libros complementarios (con códigos QR) es fundamental, así como la adquisición de insumos y equipos específicos para los talleres.
- Recursos Tecnológicos: Un equipo dedicado al desarrollo, mantenimiento y actualización del software de la app "Aprendo con mi personaje".

En conclusión, "Tambo + Educada" representa una innovación integral que aborda la brecha educativa con una solución práctica y sostenible. A fin de cuentas, lo que hago es simple y efectivo: uso una app sin internet para la enseñanza básica y, posteriormente, brindo talleres prácticos para abrir puertas a empleos más rentables. Gracias a las alianzas gestionadas, este programa está listo para ejecutarse de inmediato y tiene todo el potencial para transformar vidas en todo el país.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Texto Para asegurar la viabilidad y operatividad del proyecto "Tambo+ Educa: Aprendo con mi personaje", se realizó una estimación detallada de los gastos operativos para el primer año de ejecución. En líneas generales, el presupuesto se divide en dos grandes rubros: Costos Operacionales (mano de obra, servicios, materiales y alquileres) y Costos Administrativos y Tecnológicos (creación de la app, mantenimiento y contingencias).

Es crucial destacar que todas las estimaciones, específicamente la remuneración del equipo facilitador, se basaron en una investigación de las tarifas del mercado peruano. Por lo tanto, se garantiza un presupuesto realista, competitivo y ajustado a la zona de intervención.

Desglose de Costos del Personal

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos, se ha destinado un presupuesto total de S/ 85,000 para la mano de obra. En realidad, este monto es la base de la operatividad y se distribuye de la siguiente manera:

- Se contempla la contratación de cuatro (4) Docentes facilitadores por un periodo de 10 meses. Asimismo, se integrarán tres (3) Talleristas y tres (3) Asistentes de taller por un lapso de 2 meses cada uno.
- Aparte de este equipo técnico, se cuenta con la asignación de un (1) Coordinador de proyecto durante los 12 meses de ejecución.
- Cada cargo tiene asignada una remuneración mensual específica; por consiguiente, esto permite proyectar el costo total con precisión.

En suma, esta estructura de personal asegura que cada fase del programa (alfabetización y especialización laboral) cuente con el soporte humano necesario. De cualquier forma, el seguimiento constante del Coordinador permitirá optimizar estos recursos según el avance del cronograma.

Tabla 2.

Matriz del personal (12 meses)

Cargo	Cantidad	Remuneración mensual	Meses	Total (S/)
Docentes facilitadores	4	1,300	10	52,000
Talleristas	3	1,500	2	9,000
Asistentes de taller	3	1,000	2	6,000
Coordinador de proyecto	1	1,500	12	18,000
TOTAL				S/ 85,000

Presupuesto de Gastos Operacionales Directos

Para la ejecución del proyecto, se ha presupuestado un Total de Costos del Servicio de S/ 44,100. En realidad, este monto está compuesto principalmente por la Producción de libros, con un total de 2,000 unidades a un costo unitario de S/ 18, lo que suma S/ 36,000. Cabe destacar que este rubro representa el mayor peso dentro del presupuesto operativo.

Asimismo, se han destinado partidas específicas para asegurar la calidad de la enseñanza:

- Se han asignado S/ 4,500 para cubrir los Materiales de talleres necesarios para la fase de especialización.
- Aparte, se contempla un monto de S/ 3,600 para el Alquiler del local comunal por los 12 meses de duración del proyecto, a razón de S/ 300 mensuales.

Sin embargo, es importante destacar que no se asigna un costo en este rubro para la adquisición de tablets. Esto se debe a que se prevé obtenerlas mediante la figura de donación, lo cual optimiza el uso de los recursos financieros. En conclusión, la estructura de costos

operativos prioriza el material pedagógico físico, manteniendo los gastos fijos de infraestructura en un nivel mínimo.

Tabla 3.

Matriz de costos del servicio

Rubro	**Cálculo**	**Total (S/)**
Producción de libros (2,000 unds)	2,000 × 18	36,000
Materiales de talleres	—	4,500
Alquiler local comunal (12 meses)	300 × 12	3,600
Tablets Donación Tambo Más	0	0
TOTAL COSTOS DEL SERVICIO:		s/44,100

Presupuesto para Gestión y Soporte Tecnológico

En definitiva, para asegurar la base técnica del programa, se ha destinado un Total de Gastos Administrativos de S/ 53,000. El rubro de mayor inversión es el Desarrollo de la aplicación, con un costo de S/ 40,000. En realidad, este gasto inicial es fundamental porque constituye la columna vertebral tecnológica sobre la cual se apoya toda la metodología de aprendizaje offline.

Asimismo, para que el servicio no pierda calidad con el tiempo, se han tomado las siguientes previsiones:

- Se ha presupuestado el Mantenimiento anual de la app por S/ 12,000; por consiguiente, se asegura su operatividad continua y la corrección de posibles errores en campo.

- Por otro lado, se incluyen S/ 800 para Comunicación y difusión (como banners y afiches), lo cual es vital para captar el interés de la comunidad.

- Finalmente, se han asignado S/ 200 en Otros gastos, cubriendo de esta forma las necesidades administrativas menores que puedan surgir.

En pocas palabras, aunque el desarrollo de software representa el desembolso más fuerte, es una inversión necesaria ya que garantiza la escalabilidad del proyecto. Al fin y al cabo, una aplicación robusta y bien mantenida es lo que permitirá reducir la brecha de analfabetismo de manera efectiva y autónoma.

Tabla 4.

Matriz de gastos administrativos y tecnológicos

Concepto	**Total (S/)**
Desarrollo de la aplicación	40,000
Mantenimiento anual de la app	12,000
Comunicación y difusión (banners, afiches)	800
Otros gastos	200
TOTAL ADMINISTRATIVOS	S/ 53,000

Consolidado del Presupuesto Total

A fin de cuentas, tras el análisis detallado de cada partida, el Costo Total del Proyecto para el primer periodo de 12 meses asciende a S/ 182,100. En suma, este monto se distribuye estratégicamente en tres categorías principales que garantizan la operatividad:

- Mano de obra (S/ 85,000): Representa el recurso humano necesario para la enseñanza y los talleres.

- Costos del servicio (S/ 44,100): Cubre la producción de materiales físicos y logística básica.
- Gastos administrativos y tecnológicos (S/ 53,000): Asegura la creación y el soporte de la plataforma digital.

De todas formas, es fundamental entender que esta inversión inicial no es solo un gasto, ya que constituye la base para la ejecución integral y sostenible del programa. Así pues, esta matriz final confirma la viabilidad del proyecto y sirve como una herramienta clave para la planificación financiera y la búsqueda de inversionistas o patrocinadores.

En conclusión, con un presupuesto de S/ 182,100, el programa "Tambo+ Educa" está listo para impactar positivamente en las zonas rurales, asegurando que cada sol invertido se transforme en alfabetización y oportunidades laborales.

Tabla 5.

Matriz global de costos

Categoría	**Total (S/)**
Mano de obra	85,000
Costos del servicio	44,100
Gastos administrativos	53,000
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	S/ 182,100

Fuentes de Financiamiento Proyectado

En resumen, se proyecta alcanzar unos ingresos totales de S/ 422,000 para el sostenimiento del programa. Esta cifra se sustenta en dos fuentes principales que garantizan la viabilidad económica:

- Patrocinio Corporativo: Se contempla la captación de S/ 400,000, lo que representa la mayor fuente de ingresos para el proyecto. En realidad, este rubro constituye el pilar financiero fundamental para la operatividad a gran escala.

- Venta de Libros: Asimismo, se proyecta la venta de 1,000 unidades a S/ 22 cada una, generando un ingreso adicional de S/ 22,000. Por lo tanto, esta actividad no solo refuerza el aprendizaje, sino que también contribuye a la autogestión de recursos.

De todos modos, la combinación de estos fondos permite cubrir ampliamente los costos operativos. Por consiguiente, se asegura una estructura financiera sólida para el cumplimiento de las metas anuales.

Tabla 6.

Matriz de ingresos

Ingreso	**Cálculo**	**Total (S/)**
Patrocinio corporativo	—	400,000
Venta de libros (1,000 × 22)	1,000 × 22	22,000
INGRESOS TOTALES		S/ 422,000

Balance Económico del Proyecto

En conclusión, tras contrastar las proyecciones financieras, se registra un total de Ingresos de S/ 422,000 frente a unos Costos totales de S/ 182,100. En realidad, la diferencia entre ambos rubros resulta en una Utilidad neta proyectada de S/ 239,900.

En definitiva, este balance establece un Margen final positivo del 57%. Debido a esto, el proyecto no solo es viable desde una perspectiva social, sino que también es económicamente rentable. Así pues, queda demostrado que el modelo de patrocinios y ventas es eficiente; por lo

tanto, se garantiza la sostenibilidad necesaria para reinvertir en la expansión del programa hacia nuevas regiones.

Al fin de cuentas, una utilidad de esta magnitud permite absorber posibles contingencias, asegurando que el impacto educativo se mantenga constante durante todo el ciclo operativo.

Tabla 7.

Estado de resultados

Concepto	**Total (S/)**
Ingresos totales	422,000
Costos totales	182,100
Utilidad neta	**239,900**
Margen final	**57%**

En conclusión, el análisis financiero demuestra que el proyecto "Tambo Más Educada" es económicamente viable y altamente rentable, con un margen del 57%. En realidad, el modelo de patrocinio y la distribución eficiente de recursos garantizan la sostenibilidad y escalabilidad del programa en zonas rurales.

En resumen, el proyecto es financieramente viable, sostenible y responsable, destacando los siguientes puntos:

- Utilidad anual: Se proyecta una ganancia neta de S/ 239,900.00.
- Cobertura: Los costos están totalmente cubiertos por los patrocinios y las ventas de libros.
- Escalabilidad: El modelo está diseñado para replicarse con facilidad en otras regiones.

Ahora bien, para el Año 2 se espera un incremento en la rentabilidad. Debido a que ya no será necesario invertir en el desarrollo inicial de la App, el margen esperado asciende al 66%. Así pues, la eficiencia del gasto mejorará sustancialmente en la siguiente etapa. Para ilustrar mejor este crecimiento, los detalles comparativos se encuentran en el Anexo D.

Al fin y al cabo, "Tambo Más Educada" se posiciona como una inversión de alto impacto social con un respaldo económico sumamente sólido.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

En conclusión, se puede deducir que el proyecto aborda la necesidad de combatir el analfabetismo rural mediante una estrategia dual e innovadora. En realidad, el uso de una aplicación offline y un modelo de especialización laboral garantizan no solo el aprendizaje, sino la elevación de la calidad de vida de los participantes.

Dados los resultados de la planificación, es posible demostrar que la estructura garantiza el cumplimiento de sus metas:

- Cumplimiento del O.E. 1 (Sostenibilidad): Se ha validado la capacidad para adquirir capital. Específicamente, la matriz proyecta S/ 400,000 en patrocinio corporativo; por lo tanto, se excede el capital necesario para nuevas tabletas, asegurando la continuidad.

- Cumplimiento del O.E. 2 (Comercialización): La proyección incluye la venta de 1,000 libros (S/ 22,000). Asimismo, esto confirma la viabilidad de la alianza con Tambo+ para generar ingresos estables por comercialización minorista.

- Cumplimiento del O.E. 3 (Personal Local): Se detalla un presupuesto de S/ 85,000 para el equipo técnico. Aparte, el sondeo reveló una afinidad del 45%

con el problema, indicando una predisposición comunitaria favorable para alcanzar la meta de sensibilización.

Rentabilidad y Sostenibilidad Global: El proyecto demuestra una alta eficiencia operativa. En definitiva, esto se refleja en una utilidad neta de S/ 239,900 y un margen del 57%. Por consiguiente, se asegura la cobertura de los costos operativos y la capacidad de autofinanciar la expansión del programa.

A fin de cuentas, gracias a todo lo anterior, es posible interpretar que la innovación propuesta genera un impacto directo que trasciende la educación básica:

- El proyecto convierte la educación en un motor económico. De cualquier forma, no solo cumple un derecho fundamental, sino que provee herramientas productivas para generar ingresos sostenibles.
- La asociación con el MINEDU y Tambo+ establece un modelo de bajo costo. Sin embargo, su verdadera fortaleza reside en la alta capacidad de réplica para la masificación nacional.
- Para ilustrar el éxito tecnológico, el diseño de la APP offline motiva la investigación continua sobre soluciones de baja conectividad como estrategia de inclusión digital.

En resumen, "Tambo + Educada" es una solución integral que, debido a su solidez financiera y pedagógica, está lista para transformar la realidad rural del Perú.

4.2 Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones se proponen con el objetivo de asegurar la continuidad, la mejora operativa y la masificación exitosa del proyecto "Tambo + Educada". En realidad, estas pautas permitirán que el programa trascienda la fase de pilotaje:

- Optimización Tecnológica:

  Se recomienda que, tras los 12 meses iniciales, se realice una evaluación exhaustiva de la aplicación. A fin de cuentas, el objetivo es integrar el feedback de los usuarios para desarrollar la Versión 2.0, optimizando la usabilidad y el contenido pedagógico.

- Pertinencia Laboral:

  Es necesario realizar un estudio de mercado micro-local para validar y diversificar los talleres de especialización. Específicamente, esto asegurará que la oferta se adapte a las oportunidades de ingresos más rentables en cada comunidad.

- Sostenibilidad Financiera:

  Se debe iniciar la negociación para un segundo contrato de patrocinio con una antelación de seis meses al Año 2. Debido a que el patrocinio corporativo representa S/ 400,000, esta acción es crucial para garantizar la disponibilidad de capital necesaria para la expansión.

- Métricas de Impacto:

  El sistema de monitoreo debe enfocarse en el seguimiento semestral a los egresados para cuantificar el aumento de ingresos. Asimismo, se busca

trascender la simple métrica de finalización de estudios para medir el progreso real en empleabilidad.

- Estandarización del Modelo: Crear un Manual de Operaciones detallado y protocolos de capacitación para orientadores. Por lo tanto, esto es fundamental para asegurar la calidad, el control de costos y la replicabilidad del modelo.

- Transparencia y Control: Establecer una auditoría externa anual para verificar la eficiencia del gasto (S/ 182,100). Aparte, se debe validar que el 100% del personal remunerado provenga de las zonas de intervención.

- Estrategia de Expansión: Se deben documentar los hallazgos para enfocar la réplica en nuevas regiones similares. Cabe destacar que dicha expansión debe ser financiada con los ingresos generados durante el primer año.

- Incidencia Política: Finalmente, para alcanzar la Masificación (Año 3), se recomienda establecer un plan de trabajo con Gobiernos Regionales. En definitiva, esto busca que el programa sea adoptado formalmente como política pública, asegurando su permanencia a gran escala.

V. Referencias Bibliográficas

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, Observatorio Nacional de Prospectiva. (s.f.) *Descenso de la analfabetización.* https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t86

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Capítulo 6: Tasa de analfabetismo* [Archivo PDF]**.** https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1680/cap06.pdf

Radio Programas del Perú (19 de octubre 2023). *Oportunidad para transformar vidas: peruanos de zonas rurales aprenden a leer y escribir gracias a la donación de tabletas electrónicas y aplicación gratuita especializada*, Redacción por RPP. https://rpp.pe/campanas/valor-compartido/oportunidad-para-transformar-vidas-peruanos-de-zonas-rurales-aprenden-a-leer-y-escribir-gracias-a-la-donacion-de-tabletas-electronicas-y-aplicacion-gratuita-especializada-noticia-1511287?ref=rpp

Fundación Dispurse. (s.f.). *Organización sueca cuyo propósito es luchar contra la pobreza a través de la educación*. https://dispurse.org/es/

Fundación Dispurse. (s.f.). *FOCUS ofrece a las mujeres la oportunidad de desarrollar una alfabetización básica.* https://dispurse.org/es/nuestro-trabajo/nuestro-programa-de-alfabetizacion/focus/

Gobierno del Perú. (s.f.). *Educación Básica Alternativa (EBA) para adolescentes, jóvenes y adultos*. https://www.gob.pe/35522-educacion-basica-alternativa-eba-para-adolescentes-jovenes-y-adultos-programas-de-la-eba

Literacy for Life Foundation. (s.f.). *Lo que hacemos, enseñamos a los adultos aborígenes a leer y escribir.* https://www.lflf.org.au/what-we-do/

Australia-LATAM Business Council. (s.f.). *Sí, puedo: la campaña cubana de alfabetización que empodera a las comunidades aborígenes australianas desde hace más de una década EN|ES.* https://www.australialatam.com/latam-link/yes-i-can

Corresponsables. (26 de septiembre de 2023). *Perú concentra el 4% de la población en condición de analfabetismo de América Latina*. https://www.corresponsables.com/per/actualidad/ods-4-educacion-de-calidad/peru-concentra-el-4-de-la-poblacion-en-condicion-de-analfabetismo-de-america-latina/

CENTRUM PUCP. (17 de febrero del 2021). *En el Perú el 76% de empresas aumentó su interés por la sostenibilidad. CENTRUM News.* https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/peru-76-por-ciento-empresas-aumento-interes-sostenibilidad/

Pacto Mundial de la ONU - Red Perú. (2025). *Sostenibilidad: Del compromiso a la acción 2025*. https://peru.unglobalcompact.org/sostenibilidad-del-compromiso-a-la-accion-2025

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *UNESCO adopta una nueva Estrategia para la Alfabetización de Jóvenes y Adultos para 2020-2025 con el apoyo de los Estados Miembros.* https://www.unesco.org/en/articles/unesco-adopts-new-strategy-youth-and-adult-literacy-2020-2025-support-member-states

CARE Perú. (25 de mayo de 2021). *ORGANIZACIONES ALIADAS POR LA EDUCACIÓN RURAL ¡Educación rural ahora!* https://care.org.pe/educacion-rural-ahora/

Fe y Alegría del Perú. (s.f.). *Fe y Alegría, UNESCO, CARE y Ser Maestro presentan iniciativa "Educación rural ahora"*. https://feyalegria.org.pe/fe-y-alegria-unesco-care-y-ser-maestro-presentan-iniciativa-educacion-rural-ahora/

Ser Maestro. (s.f.). *Impulsamos escuelas que cambian vidas*. https://www.sermaestro.org/

Fundación Leer. (s.f.). *Sobre Fundación Leer*. https://leerjuntos.leer.org/Home/SobreFundacionLeer

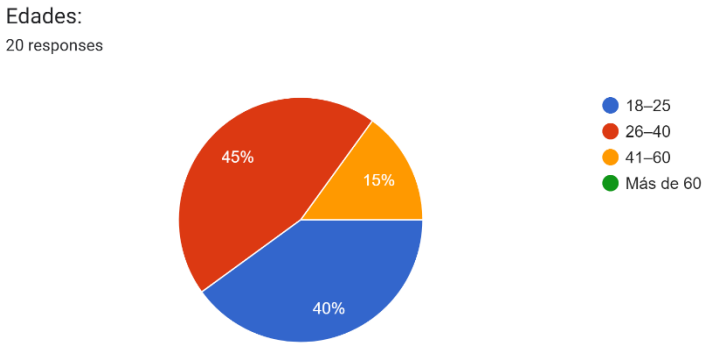
Fundación Leer. (s.f.). *Alfabetización Temprana*. https://www.leer.org/programas-estrategias/Alfabetizacion-temprana

Rotary International. (1 de septiembre de 2017). *Garantizar la asistencia de los niños a la escuela no basta para resolver los problemas de alfabetización. Por eso, Rotary se compromete a capacitar y apoyar a los docentes.* Por Arnold R. Grahl. https://www.rotary.org/fr/teaching-teachers-key-literacy

VI. Anexos

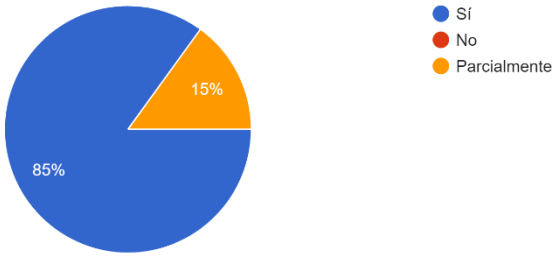
6.1 Anexo 1 - Encuesta

Anexo A: Resultados y Gráficas de la Encuesta



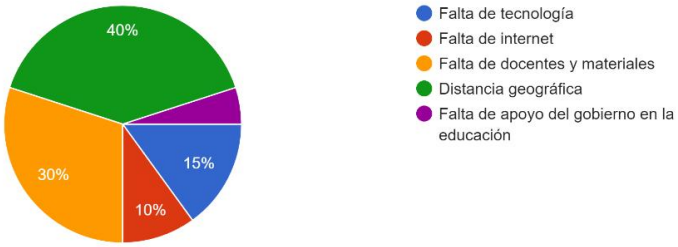
¿Considera que el analfabetismo rural es un problema urgente en el Perú?

20 responses



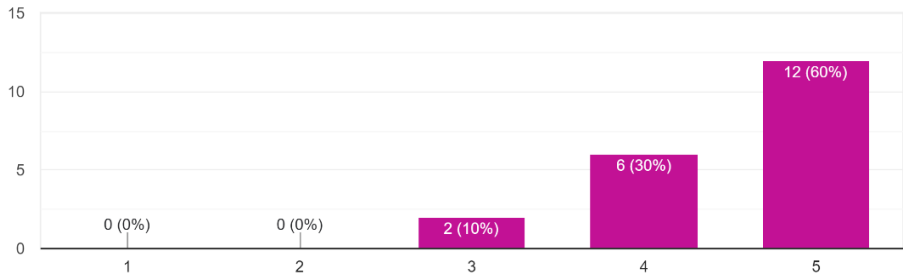
Según su opinión, cuál es el mayor obstáculo para aprender en zonas rurales?

20 responses



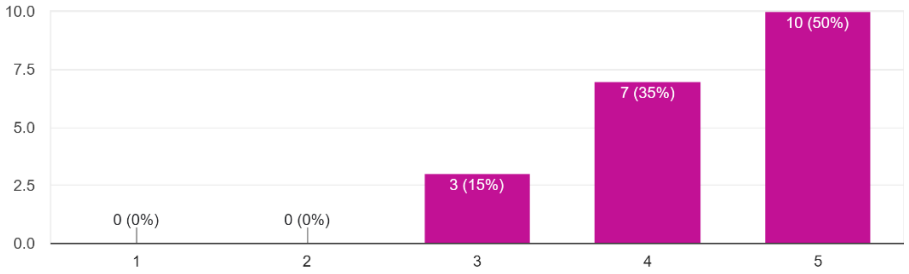
Del 1 al 5, ¿Qué tan útiles le parecen los libros educativos de los niveles 1 a 4?

20 responses



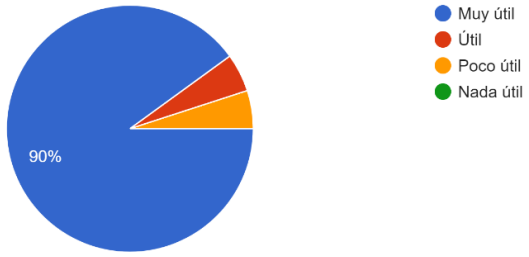
Del 1 al 5, ¿Combinar app + libro le parece una buena metodología de aprendizaje?

20 responses



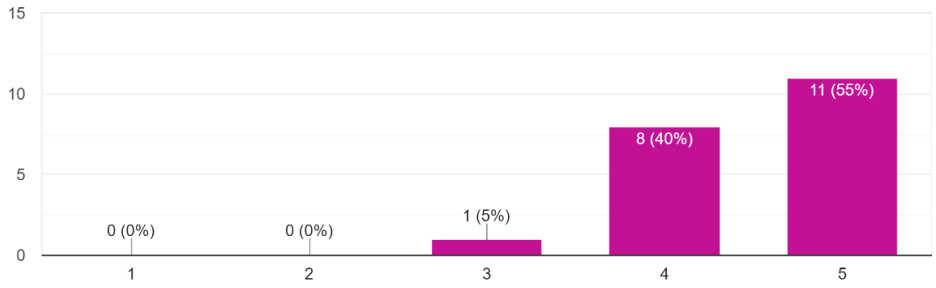
Del 1 al 5, ¿Qué tan útil le parece que la app funcione sin internet?

20 responses



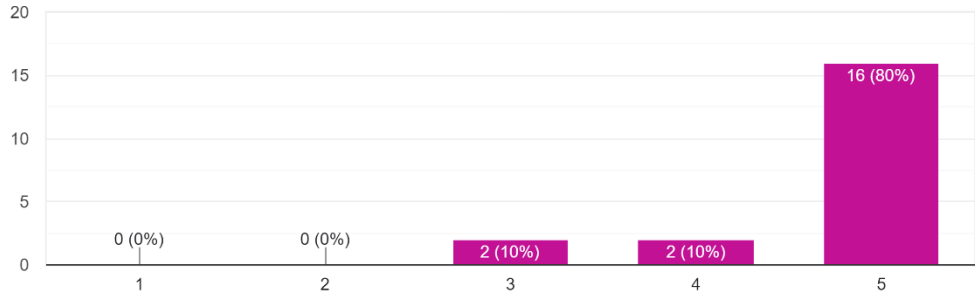
Del 1 al 5, ¿Qué tan útil le parece la figura de un profesor facilitador acompañando el proceso de aprendizaje digital (en lugar de dejar al usuario completamente solo)?

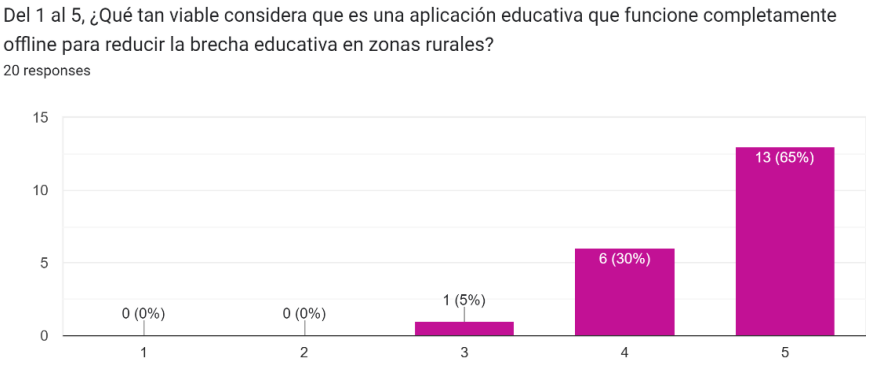
20 responses

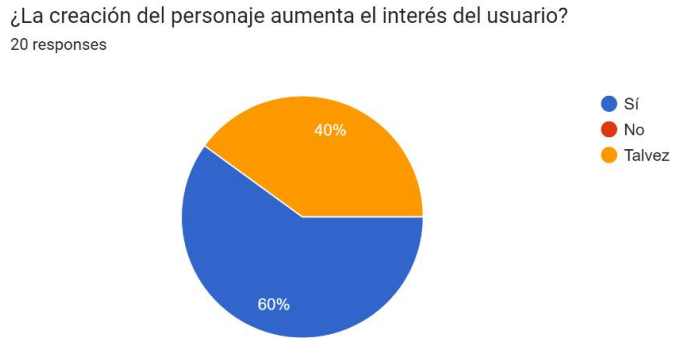


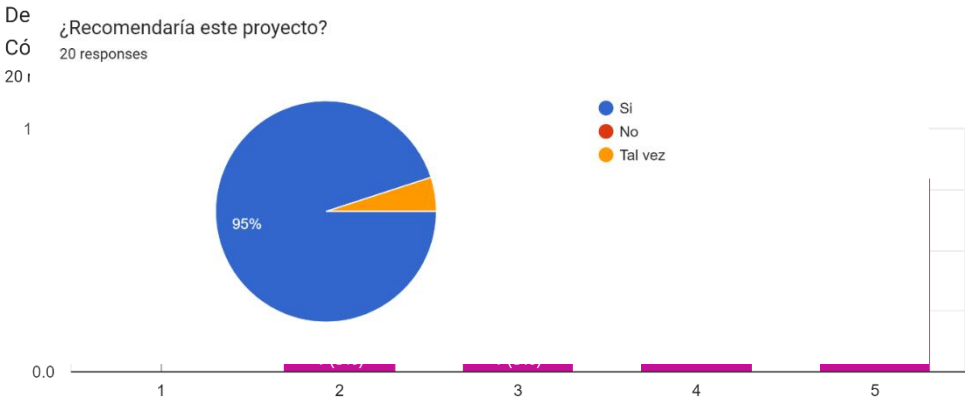
Del 1 al 5, ¿Considera que la donación de 300 tablets pre-instaladas con la App es un enfoque efectivo para asegurar la accesibilidad inmediata al programa?

20 responses

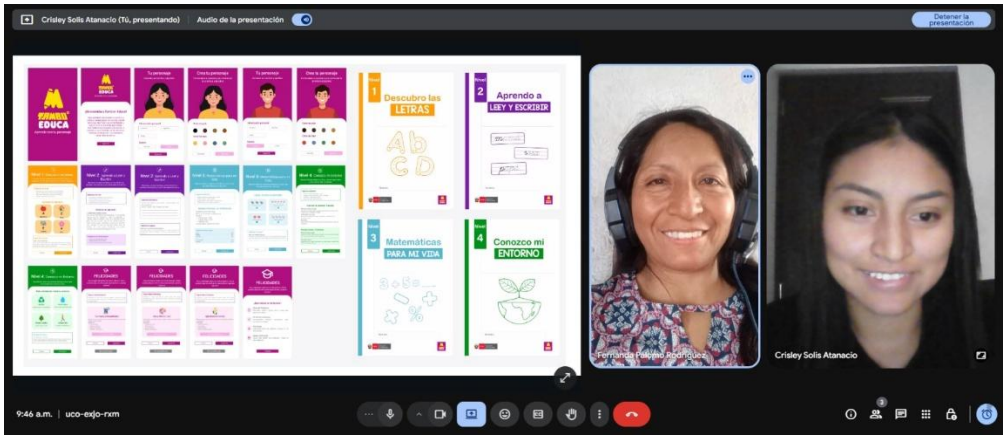


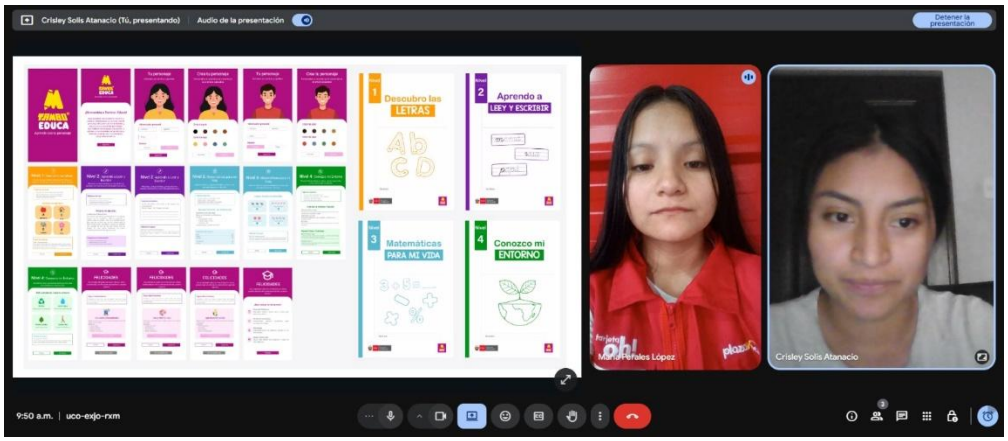






Anexo B: Foto de Evidencia de los Encuestados


Crisley Solis Atanacio (Tú, presentando)
Audio de la presentación
Detener la presentación
Descubro las LETRAS
Aprendo a LEER Y ESCRIBIR
Matemáticas PARA MI VIDA
Conozco mi ENTORNO
Crisley Solis Atanacio
9:46 a.m. | uco-exjo-rxm


Crisley Solis Atanacio (Tú, presentando)
Audio de la presentación
Detener la presentación
Descubro las LETRAS
Aprendo a LEER Y ESCRIBIR
Matemáticas PARA MI VIDA
Conozco mi ENTORNO
Crisley Solis Atanacio
9:50 a.m. | uco-exjo-rxm

Anexo C: App mejorada



Anexo D: Tabla de Presupuestos

COSTOS DE SERVICIO

MATERIALES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Libro (1000 unds programa + 1000 venta)	36000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materiales taller (250 participantes)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4500	0
Tablets (250) donación TAMBO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Materiales	**36000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**4500**	**0**

MANO DE OBRA	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Coordinador de proyecto	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Docentes del programa (4 docentes)	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	0	0
Talleristas (3 personas)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4500	4500
Asistentes (2 personas)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3000	3000
Total de mano de obra	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**6700**	**9000**	**9000**

GASTOS GENERALES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alquiler de local (comunales, II.EE)	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de gastos generales	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**	**300**

TOTAL COSTOS SERVICIOS	43000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	13800	9300

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Desarrollo de la APP	40000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento	12000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comunicación y difusión (banners, afiches)	800											
Otros gastos	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos Administrativos	**53000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

TOTAL DE GASTOS	53000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

VENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por servicios (patrocinio)	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades a vender (Libros)	-	150	150	100	100	100	100	100	50	50	50	50
Precio Unitario sin IGV	400,000.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00
Ingreso Total sin IGV	**400,000.00**	**3,300.00**	**3,300.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**2,200.00**	**1,100.00**	**1,100.00**	**1,100.00**	**1,100.00**

RESULTADOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Valor de Ventas sin IGV	400,000.00	3,300.00	3,300.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
Total de Costos	43,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	13,800.00	9,300.00
Total de Gastos	53,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad	**S/ 304,000.00**	**-S/ 3,700.00**	**-S/ 3,700.00**	**-S/ 4,800.00**	**-S/ 4,800.00**	**-S/ 4,800.00**	**-S/ 4,800.00**	**-S/ 4,800.00**	**-S/ 5,900.00**	**-S/ 5,900.00**	**-S/ 12,700.00**	**-S/ 8,200.00**
Margen	**76%**	**-112%**	**-112%**	**-218%**	**-218%**	**-218%**	**-218%**	**-218%**	**-536%**	**-536%**	**-1155%**	**-745%**
Utilidad Acumulada	S/ 304,000.00	S/ 300,300.00	S/ 296,600.00	S/ 291,800.00	S/ 287,000.00	S/ 282,200.00	S/ 277,400.00	S/ 272,600.00	S/ 266,700.00	S/ 260,800.00	S/ 248,100.00	S/ 239,900.00

RESUMEN DEL PROYECTO – TAMBO MÁS EDUCA		
Ingresos totales	S/	422,000.00
Costos totales	S/	182,100.00
Utilidad neta	S/	239,900.00
Margen final		**0.57**